



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
**Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación**  
**Carrera de Cine y Audiovisuales**

**Elaboración de un modelo de producción rentable para un cortometraje  
ecuatoriano, aplicado al caso de *El Camino de Solano***

Trabajo de Titulación previo a la obtención del  
Título de Licenciada en Cine y Audiovisuales

**Autora:**

Michelle Araceli Gutiérrez Aguirre  
C.I. 1500932635  
Correo: michuara1996@gmail.com

**Director:**

Mgst. Ricardo Mauricio Salcedo Martínez  
C.I. 0103240339

Cuenca - Ecuador

29 de marzo de 2021

## Resumen

Esta monografía presenta un modelo de producción rentable para el cortometraje ecuatoriano *El Camino de Solano*, a través del análisis de modelos de producción usados en tres cortometrajes latinoamericanos. La perspectiva teórica que se utiliza incluye conceptos sobre: la producción cinematográfica del libro *Producción cinematográfica* (2012); Johanna López (2019), productora de cine cuencana; el reglamento para cortometrajes de la *Academy of motion Picture Arts and Sciences* (2018); y, los lineamientos de rentabilidad de la *Revista española de Financiación y Contabilidad* (2002). Para el análisis de la rentabilidad de los cortometrajes se usó el indicador de rentabilidad *Return on Investment* (ROI), tomando como guía el artículo *Análisis del ROA, ROE y ROI* de Antonio Andrade (2011) de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, adaptándolo a las particularidades de la producción audiovisual. Sobre estas bases se propone un modelo de producción rentable para el cortometraje *El Camino de Solano*. Esta monografía nace como respuesta a la falta de interés académico en el rendimiento financiero de los cortometrajes nacionales. En el contexto de crisis sanitaria por la pandemia del COVID-19, la filmación del cortometraje *El Camino de Solano* tuvo que ser cancelada cinco días antes de su realización, por ello, el enfoque del estudio es mayoritariamente teórico, abordando estrategias de producción que toman en cuenta la precariedad a la que el sector audiovisual ha sido típicamente sometido y que afecta a la realización cinematográfica en general.

**Palabras clave:** Rentabilidad. Producción. Cortometraje. Ratios de Rentabilidad.



## Abstract

This monograph presents a profitable production model for the Ecuadorian short film *El Camino de Solano* through the analysis of different production models used in three Latin American short films. The theoretical perspectives used include the following concepts: the cinematographic production, taken from the book *Producción cinematográfica (Cinematographic Production)* (2012); Johanna López (2019), Cuenca film producer; the regulation for short films of the *Academy of motion Picture Arts and Sciences* (2018); and the profitability guidelines of the *Revista española de Financiación y Contabilidad (Spanish Journal of Financing and Accounting)* (2002). The Return on Investments (ROI) metric was used for the analysis of the profitability on short films, taking as a guide the article *Análisis del ROA, ROE y ROI* by Antonio Andrade (2011), of the Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, adapting it to the particularities of audiovisual production. This study wishes to propose a profitable production model for the short film *El Camino de Solano*. This monograph was thought in response to the lack of academic interest in the financial aspect of national short films. Because of the health crisis due to the COVID-19 pandemic, the filming of the short film *El Camino de Solano* had to be canceled five days before its commencement, therefore, the focus of this study is mostly theoretical, addressing production strategies that take into account the precariousness to which the audiovisual sector has typically been subjected to, which affects filmmaking in general.

**Keywords:** Profitability. Production. Short Film. Profitability Ratios.



## Índice

Resumen .....	2
Abstract.....	3
Índice .....	4
Índice de figuras .....	6
Índice de cuadros .....	7
Índice de tablas .....	8
Dedicatoria.....	11
Agradecimientos.....	12
Introducción.....	13
I. Capítulo.Rentabilidad en el cortometraje latinoamericano y ecuatoriano .....	18
I.A.- Primero, un poco de historia .....	18
I.B.- Generalidades y competencias de la Productora o Productor de cortometrajes.....	21
I.C.- ¿Cuándo un cortometraje es rentable? .....	23
II. Capítulo.Estudio de rentabilidad del cortometraje. Estudio de casos de producción de cortometrajes latinoamericanos y nacionales .....	27
II.A.- <i>Luminaris</i> (2011) el cortometraje argentino en el libro <i>Guinness de los Récords Mundiales</i> como el cortometraje más premiado en el mundo .....	28
II.A.1. Desarrollo.....	28
II.A.2. Realización.....	31
II.A.3. Resultados de la distribución y explotación.....	31



II.B.-Cortometraje animado chileno <i>Historia de un oso</i> (2005) ganador de los <i>Oscars</i> 2016. ....	33
II.B.1. Desarrollo .....	33
II.B.2. Realización .....	36
II.B.3. Resultados de distribución y explotación.....	36
II.C.- <i>Summer Beats</i> (2015), cortometraje cuencano ganador en el <i>Festival de Cine La Orquídea</i> .....	38
II.C.1. Desarrollo .....	38
II.C.2. Realización .....	40
II.C.3. Resultados de distribución y explotación.....	40
III. Capítulo.Propuesta de modelo de producción rentable para el cortometraje ecuatoriano El camino de Solano .....	43
III.A. Desarrollo .....	43
III.B. Realización.....	50
III.C. Resultados de distribución y explotación .....	53
Conclusiones.....	56
Anexos .....	58
Bibliografía.....	65
Filmografía .....	69

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Primer plano de un hombre Shuar. <b>Fuente:</b> Fotograma del cortometraje <i>Los invencibles Shuar del Alto Amazonas</i> (1927), de Carlos Crespi .....	21
<b>Figura 2.</b> Página de inicio de <i>Click for festivals</i> . <b>Fuente:</b> Captura del sitio Web <i>ww.clickforfestivals.com</i> accedido por última vez el 20 de agosto de 2020.....	26
<b>Figura 3.</b> Afiche del cortometraje <i>Luminaris</i> (2011), de Pablo Zaramella. <b>Fuente:</b> Figura recuperada de <i>IMDB</i> en <a href="https://www.imdb.com/title/tt1860278">https://www.imdb.com/title/tt1860278</a> .....	28
<b>Figura 4.</b> Afiche del cortometraje <i>Historia de un Oso</i> (2005), de Gabriel Osorio. <b>Fuente:</b> Figura recuperada de <i>SitioCero</i> en <a href="https://sitiocero.net/2016/03/historia-de-un-oso-el-giro-de-la-memoria">https://sitiocero.net/2016/03/historia-de-un-oso-el-giro-de-la-memoria</a> .....	33
<b>Figura 5.</b> Afiche del cortometraje <i>Summer Beats</i> (2015). <b>Fuente:</b> Página en <i>Facebook</i> del cortometraje <i>Summer Beats</i> .....	38
<b>Figura 6.</b> Fotografía de la parroquia Solano, calle a usarse en la escena 3 de <i>El Camino de Solano</i> . <b>Fuente:</b> Fotografía realizada por Carlos Bernal, 2019. ....	46
<b>Figura 7.</b> Fotografía de la parroquia Solano, camino de tierra, locación de la escena 6 de <i>El Camino de Solano</i> . <b>Fuente:</b> Fotografía realizada por Carlos Bernal, 2019. ....	46
<b>Figura 8.</b> Escena del niño Roberto con su perro, José. <b>Fuente:</b> Fotograma del teaser de <i>El Camino de Solano</i> de Fabiola Siavichay. ....	51
<b>Figura 9.</b> Afiche provisional de <i>El Camino de Solano</i> . <b>Fuente:</b> Ilustración realizada por Erika Gómez, 2020. ....	52



## Índice de cuadros

<b>Cuadro 1.</b> Equipo del cortometraje <i>Luminaris</i> (2011). <b>Fuente:</b> Créditos del cortometraje <i>Luminaris</i> .....	30
<b>Cuadro 2.</b> Equipo del cortometraje <i>Historia de un Oso</i> (2005). <b>Fuente:</b> Créditos del cortometraje <i>Historia de un Oso</i> . ....	35
<b>Cuadro 3.</b> Equipo del cortometraje <i>Summer Beats</i> . <b>Fuente:</b> Créditos del corto en la carpeta de Producción del Cortometraje <i>Summer Beats</i> , 2015. ....	39
<b>Cuadro 4.</b> Cronograma de actividades de <i>El Camino de Solano</i> . <b>Fuente:</b> Cronograma realizado por Michelle Gutiérrez, 2019.....	45



## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Presupuesto general de <i>El Camino de Solano</i> . <b>Fuente:</b> Presupuesto realizado por Michelle Gutiérrez, 2019.....	48
<b>Tabla 2.</b> Plan de financiamiento de <i>El Camino de Solano</i> . <b>Fuente:</b> Plan de financiamiento realizado por Michelle Gutiérrez, 2019.....	49
<b>Tabla 3.</b> Tabla de compra de clicks en <i>Click for festivals</i> . <b>Fuente:</b> Sitio Web <a href="http://www.clickforfestivals.com">www.clickforfestivals.com</a> accedido por última vez el 20 de agosto de 2020.....	53



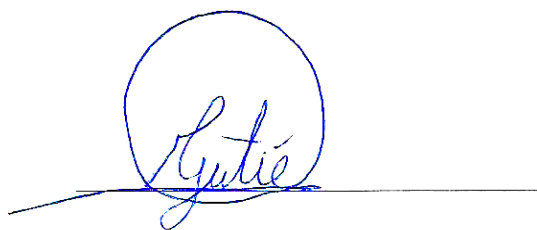
## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Yo, Michelle Araceli Gutiérrez Aguirre, en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación *Elaboración de un modelo de producción rentable para un cortometraje ecuatoriano, aplicado al caso de El Camino de Solano* de conformidad con el ART. 114 DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 29 de marzo del 2021



Michelle Araceli Gutiérrez Aguirre

1500932635



## Cláusula de propiedad intelectual

---

Yo, Michelle Araceli Gutiérrez Aguirre, autora del trabajo de titulación *Elaboración de un modelo de producción rentable para un cortometraje ecuatoriano, aplicado al caso de El Camino de Solano*, certifico que todas las ideas, opiniones y conceptos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 29 de marzo de 2021

Michelle Araceli Gutiérrez Aguirre

1500932635



## **Dedicatoria**

A mi equipo de *El Camino de Solano*.

Un día, haremos nuestro cortometraje.



## **Agradecimientos**

A mis padres, Joel y Elizabeth por su apoyo incondicional en todos estos años.

A mi tutor, Ricardo Salcedo quien guió esta investigación.

A Galo Torres quien con su pasión motivó siempre a sus alumnos.

A Carlos Bernal quien me ha acompañado en esta aventura.

A Inés Zapata quien llegó en el momento preciso.

A ustedes y a todos por quienes llegué hasta aquí.

Muchísimas gracias, sin ustedes no lo habría logrado.

## Introducción

Dentro de la carrera de Cine y Audiovisuales de la Universidad de Cuenca, se realizaron diversos trabajos relacionados con la producción audiovisual, entre los que destaca el trabajo de Wendy Aguilar (2004) *Proyecto de difusión cinematográfica*, donde realiza un análisis extenso y preciso con cifras y contactos que sirven de base para una mejor difusión audiovisual, aunque no se encuentran datos sobre “rentabilidad” en el país. También se encuentra la tesis *Producción de un videoclip para el grupo de rock la Doble* (2009) de José Luis Rodríguez, donde se trata la figura del productor como gestor administrativo en las diferentes etapas creativas, sin pretensiones de difusión comercial, de manera que se expresan los diferentes mecanismos de financiamiento.

En la presente investigación se estudia la posible rentabilidad del cortometraje ecuatoriano aplicado al caso de *El Camino de Solano*. Se analizan datos sobre producciones previas, tales como su índice de ganancia y modelo de producción, desde la preproducción hasta la difusión y explotación, formando una idea del éxito obtenido en estas; y, sobre esta base se diseña un modelo idóneo de producción audiovisual, integrando las opciones de difusión que ofrecen las nuevas tecnologías, como las plataformas de exhibición en línea, por ejemplo, las páginas de *streaming*.

Dentro de los años de estudios en la carrera de Cine y Audiovisuales, una constante preocupación es descubrir si la producción audiovisual es rentable, puesto que, al culminar la carrera, el enfrentamiento al ambiente laboral, denota un panorama sombrío en términos económicos. En la película *Más allá del Mall* de Miguel Alvear (2016) se vislumbra una realidad pesimista sobre la producción audiovisual en el país, pues varios proyectos han pasado sin mayor relevancia entre el público en general, obteniendo ganancias mínimas, nulas o incluso pérdidas.

Por lo tanto, dentro de este texto se analizan producciones audiovisuales, específicamente el caso del cortometraje, buscando una “receta de rentabilidad”, para que



sirva como herramienta en la realización de futuras producciones audiovisuales. Para esto se realiza una extensa investigación bibliográfica en la que se analizan datos y cifras de realizadores audiovisuales y apreciaciones de diversos autores.

De estos datos se propone un modelo de producción que abarca desde el desarrollo del proyecto hasta la difusión y explotación del cortometraje, modelo que se formula en torno al corto *El Camino de Solano*, donde una madre viuda y sus dos hijos viajan a Solano, un pueblo seco del Austro ecuatoriano conformado casi exclusivamente por ancianos, en búsqueda del abuelo de sus hijos para que les brinde cobijo tras haber quedado sin hogar después de ser desalojados por invasión.

Para hacer una investigación alrededor de la rentabilidad del cortometraje en el país es necesario abrir ciertas interrogantes ¿Qué es rentabilidad para un cortometraje? ¿Hay cortometrajes realizados por productores ecuatorianos que hayan obtenido ganancias? ¿Existe un mercado para un cortometraje del estilo de *El camino de Solano*?

King (1999) en su libro *El carrete mágico*, ya hablaba sobre lo difícil que resulta para películas latinas competir en un mercado donde el público tenía gustos marcados por los estándares hollywoodenses, además de la falta de apoyo a la industria nacional de los gobiernos latinos (p. 15). Ya han pasado dos décadas desde que fue escrito aquel libro, ahora la misión es averiguar si el panorama para el audiovisual dentro del mercado ha tenido cambios y cuáles son sus oportunidades

Esta monografía tiene un carácter mayoritariamente teórico, dada la imposibilidad de realizar el rodaje del cortometraje *El Camino de Solano*. Las conclusiones de esta investigación se realizan en torno a los resultados en la fase de preproducción (que se hizo antes del confinamiento obligatorio), y para las fases de producción, postproducción, difusión y explotación se desarrolla un trabajo comparativo con cortometrajes producidos anteriormente en condiciones similares a las que se hubiera realizado *El Camino de Solano*, haciendo así un análisis hipotético de resultados.

El objetivo principal de esta monografía es elaborar el modelo de producción del cortometraje *El camino de Solano*, mediante un estudio de optimización financiera, para la búsqueda de rentabilidad. Para ello se hizo necesario indagar el estado general del cortometraje, latinoamericano y ecuatoriano, mediante un rastreo bibliográfico y videográfico de material especializado en realización audiovisual para el posicionamiento del cortometraje dentro del mercado. Un segundo objetivo específico es realizar el estudio de casos de cortometrajes latinoamericanos que han obtenido resultados económicos exitosos, mediante el análisis de las estrategias usadas en las etapas de producción y la aplicación del *Return on Investment* (ROI) para el establecimiento de la rentabilidad de estas producciones. De esta manera, el presente documento cuenta con tres capítulos: el primero con la temática Rentabilidad en el cortometraje latinoamericano y ecuatoriano, el segundo capítulo contiene el análisis de casos de los cortometrajes seleccionados, con el marco metodológico correspondiente; y, el tercero contiene la propuesta sobre el modelo de producción mencionado en el desarrollo de esta investigación. El texto culmina con las conclusiones sobre el proceso y la propuesta propiamente dicha.

Para la realización de esta monografía se usan metodologías cualitativas que constan de un rastreo bibliográfico y videográfico alrededor de la producción y rentabilidad del cortometraje. Además, del análisis fílmico de los cortometrajes *Historia de un oso* (2005), *Luminaris* (2011), y *Summer Beats* (2015), producciones latinoamericanas económicamente exitosas para identificar estrategias de producción rentables. También se utiliza una metodología cuantitativa a través de la aplicación del ratio de rentabilidad ROI a los resultados económicos de los cortometrajes analizados. Estos métodos de análisis también son aplicados al cortometraje *El Camino de Solano*. Esta investigación utiliza definiciones estrictamente técnicas y comerciales de producción, cortometraje y rentabilidad.

Peláez (2012), en el libro *Producción cinematográfica* aporta una definición acerca de la producción:

El productor ejecutivo analiza detenidamente el proyecto o el guion, aplica sus conocimientos técnicos, valora la expresividad de cada alternativa en cuanto a costo y rendimiento, y aplica, en cada caso y para cada medio, el criterio invariable de obtener el mejor resultado con el costo mínimo, sin olvidar que está creando una obra de arte -o por lo menos de calidad- que tiene una repercusión, como se señaló antes. la producción en cine y en televisión -sin perder su condición de arte- está supeditada en mayor grado que otras artes al factor económico, que pesa mucho en su realización (p.9).

En esta misma línea, un acercamiento a lo que significa hacer producción en Ecuador lo da Johanna López (2019), sonidista y productora cuencana. Relata que al realizar la producción del cortometraje *Summer beats* (2015), su trabajo fue creativo y administrativo. López tuvo que encontrar la forma idónea de conseguir financiamiento y recursos para la realización del cortometraje, labor que estaba ligada al qué y cómo del guion y a la puesta en escena, por lo tanto, al mismo tiempo que planificaba y negociaba con posibles auspiciantes, hacía sugerencias artísticas al director, además de desempeñarse como directora de sonido. El estar a cargo de varios roles en la realización, es una modalidad usada frecuentemente en producciones ecuatorianas. Para López ser productor es un trabajo creativo puesto que es necesario generar estrategias de financiamiento, comercialización, y difusión del proyecto constantemente.

Por otro lado, es necesario definir ¿Qué es un cortometraje? A lo que la *Academy of motion Picture Arts and Sciences* (2018), en las *Special Rules for The Short Film Awards* para su 91º emisión de los premios *Oscar*, clasifica a los cortometrajes bajo los siguientes parámetros:

- A. Un cortometraje se define como una imagen en movimiento original que tiene un tiempo de ejecución de 40 minutos o menos. Incluyendo todos los créditos.
- B. Esto excluye de consideración trabajos tales como:
  - 1. Avances y películas publicitarias.
  - 2. Secuencias de largometrajes, como secuencias de créditos.
  - 3. Episodios no deseados de series de televisión establecidas.
  - 4. Pilotos de series de televisión no vendidos. (p.1)





Finalmente, para esta investigación se utiliza la definición de rentabilidad de la *Revista española de Financiación y Contabilidad* que en su artículo, *Factores determinantes de la rentabilidad de las PYMES* (PYMES: pequeñas y medianas empresas), aclara que “una rentabilidad adecuada permitirá retribuir, según el mercado y riesgo, a los accionistas y atender el crecimiento necesario para mantener, consolidar o mejorar esa posición competitiva en la empresa” (González, Correa y Acosta, 2002, p. 397).

## Capítulo Primero

### Rentabilidad en el cortometraje latinoamericano y ecuatoriano

#### I.A.- Primero, un poco de historia

Gastón Lillo y Albino Chacón (2010) en su ensayo *El cine latinoamericano: del código realista al código postmoderno*, señalan cuatro períodos del cine latinoamericano. En principio de los 30 a los 60, con gran presencia de melodramas y cabareteras. Un segundo período en los años 60 a 70, con un cine concebido como un arma para la transformación social. El tercer periodo en los años 70 con un cine intimista, drama familiar y películas humorísticas. Por último, el cine actual, pesimista, con un humor corrosivo, también gran presencia documental y trabajos biográficos con una influencia estética posmoderna con todas sus consecuencias formales e ideológicas. Este breve resumen contribuye a comprender el contexto histórico del cine latinoamericano y su evolución (pp. 46 - 55).

Al hacer un breve análisis del panorama contemporáneo con respecto a la producción audiovisual, se percibe que Latinoamérica está en desventaja frente al mercado internacional, principalmente frente a ese gran “monstruo” que representa Hollywood en Occidente, con respecto a esto John King (1999), en *El carrete mágico* argumenta:

Empero, el análisis del cine previo al año 1950 resulta esencial para la comprensión de un importante número de factores, a saber: la forma como las industrias han sido sacadas adelante y desarrolladas en algunos países, mientras en otros el progreso ha sido limitado y logrado con gran dificultad; el desarrollo concreto de las fuerzas que internacionalizan el capital global en la esfera de la cultura, en particular la industria cinematográfica de Hollywood, y el modo como el gusto del público ha sido manipulado por géneros específicos que Hollywood

produce y también por las dos grandes potencias del cine latinoamericano: Argentina y México (p. 55)

El largometraje y el cortometraje latinoamericano tienen las mismas dificultades dentro del mercado, peleando por encontrar un espacio y por ser competitivos frente a las grandes industrias. En el caso del cortometraje, resulta difícil encontrar textos académicos especializados, pues historiadores, analistas y críticos no han sido atraídos por este formato audiovisual. Javier Cossalter (2015), uno de los pocos que escribió sobre el cortometraje latinoamericano, en su artículo *El cortometraje documental en Latinoamérica. Relegado en la historia del cine, efectivo en el campo de juego*, menciona que:

A pesar de esta profusión de cortometrajes de carácter innovador y contestatario, la(s) historia(s) del cine –de y sobre Latinoamérica– no le ha(n) dado un lugar preponderante en sus escritos; papel destacado que sí ha tenido en la Historia. De hecho, el cortometraje en sí –como práctica, discurso y medio de expresión con cierta autonomía– ha sido escasamente reseñado como tal –aludido o señalado, sin reflexión sobre su uso– en las historias globales; encontrando algunos contraejemplos y pocos estudios íntegros sobre el corto (p. 3).

En el mismo texto, Cossalter (2015) da una breve reseña de la historia del cortometraje en América Latina, indicando que el cine nació en la corta duración, pero, el término cortometraje no se popularizó hasta la década de 1920, al consolidarse el largometraje de ficción. Estando al margen, el cortometraje encontró pocas posibilidades en los circuitos comerciales, desarrollando diversas modalidades productivas y estéticas, así como también diferentes funciones culturales y sociales. El cortometraje latinoamericano, al igual que el largometraje, se vio fuertemente influenciado por las convulsiones sociales de la época, principalmente en las décadas del sesenta y setenta, con escenarios políticos tales como los golpes de estado y las dictaduras militares, en los que se desarrolló un cine contra informativo y de denuncia (p.2).

Sobre este período de la historia de la región, en el texto *El cortometraje latinoamericano moderno. Experimentación estética y vínculos con el campo cultural en Argentina, Cuba y México*, el ya mencionado Cossalter (2018) dice:

Y es justamente en este contexto en el que el cortometraje adquirió un papel capital como medio para manifestar los nuevos valores y desafíos de una joven generación de cineastas. Es decir, que la renovación expresiva y semántica de la modernidad estuvo impulsada por el filme de corta duración, trascendiendo entramados cinematográficos y culturales diversos. En este sentido, se entiende que las especificidades del cortometraje exceden el aspecto longitudinal de la película. Por tal motivo, se desestiman las nociones de formato y género para referirse a éste, y se opta por considerarlo en tanto medio de expresión audiovisual con particularidades que se erigen como potencialidades en términos económicos, estéticos y estructurales (p. 10).

En cuanto a Ecuador, *El nacimiento de una noción* de Jorge Luis Serrano (2001), contiene dos hojas dedicadas al cortometraje, en las que señala el papel fundamental que ha jugado como “escuela” para cineastas ecuatorianos como Edgar Cevallos, Camilo Luzuriaga o Tito Molina. Serrano no menciona intenciones comerciales en el cortometraje ecuatoriano, tampoco hay datos de posibles reconocimientos en festivales a nivel nacional o internacional de los cortometrajes que cita. En una entrevista realizada por la autora de esta investigación, Galo Torres profesor de la Carrera de Cine y Audiovisuales de la Universidad de Cuenca menciona:

En Ecuador, la producción de cortometrajes también ha sido considerable. Solo baste recordar que la primera obra disponible de nuestra cinematografía nacional es un corto documental, titulado *Los invencibles Shuaras del alto Amazonas* (1927), de Carlos Crespi. En los 60, el pintor guayaquileño Eduardo Solá Franco, residente en Roma, realiza cerca de 10 cortometrajes experimentales que solo han sido conocidos en los últimos cinco años. En los 80, ocurrió un *boom* del cortometraje ecuatoriano, con películas cortas que fueron rodadas en 35 milímetros; el dato más relevante al respecto es que *Los hieleros del Chimborazo* (1980), de los hermanos Guayasamín, ganó un premio a mejor cortometraje en el Festival del Nuevo Cine Latinoamericano de la Habana. Camilo Luzuriaga, Tania Hermida, Fernando Mielles y Sebastián Cordero, iniciaron sus carreras como directores haciendo cortos. La realización cinematográfica en Cuenca está basada en cortometrajes, como los trabajos de Mónica Vásquez, David Pasos, Pablo Carrasco, José Cardoso. Y graduados, así como estudiantes de la Carrera de Cine y Audiovisuales de la Universidad de Cuenca, desde los años 90, vienen produciendo cortometrajes y ganando premios (Gutiérrez, 2019).



**Figura 1.** Primer plano de un hombre Shuar. **Fuente:** Fotograma del cortometraje *Los invencibles Shuar del Alto Amazonas* (1927), de Carlos Crespi

Evidentemente el cortometraje ecuatoriano tiene una vasta historia en el cine nacional a pesar de haber sido relegado a cortas menciones sin profundos análisis tanto a las realizaciones en sí mismas como a su capacidad comercial. Para los académicos, el cortometraje cumple más un papel de escuela que de mercado.

### **I.B.- Generalidades y competencias de la Productora o Productor de cortometrajes**

En el *Diccionario Técnico Akal de Cine* de Ira Konigsberg (2004) define al productor como:

Persona responsable de todos los aspectos financieros y administrativos de una producción cinematográfica, desde el nacimiento del proyecto y su planificación inicial hasta todos los estadios de producción, distribución y publicidad. A veces el productor también se involucra en la naturaleza artística de la película y tiene una influencia decisiva en la calidad del producto final (p. 449).

La definición de Konigsberg da un primer acercamiento del rol que cumple el productor audiovisual dentro de la realización de un proyecto, esta definición se complementa con las apreciaciones de José Martínez y Federico Fernández (2010) en el libro *Manual del Productor Audiovisual*, quienes aclaran que el labor del productor varía en función de la naturaleza del producto audiovisual que ha de realizar y compone una serie de factores como el presupuesto, el género, el público objetivo, el tipo de financiación, entre otras. Pero también, que en cualquier tipo de realización audiovisual se cumplen las mismas fases que son las señaladas en la siguiente cita del mismo libro:

Aunque estas fases no puedan ser unificables para un elenco de productos tan variado como el que acoge la industria audiovisual, en todos los casos deberemos dar respuesta a preguntas tales como «qué» es lo que se registrará, «quién» deberá estar presente en cada momento, «dónde» se producirá el registro, «cuándo» tendrá lugar y «cómo» se realizará. También será preciso disponer de recursos económicos para acometer el proyecto e incluso tener ideas de explotación comercial de la producción que faciliten la financiación. Sea cual sea la producción habrá que definir, analizar, diseñar, planificar, programar, financiar, ejecutar y explotar (p.22).

Como lo han señalado estos autores, la labor del productor audiovisual gira en torno a crear las condiciones necesarias para la realización del producto audiovisual de tal manera que se aprovechen al máximo los recursos, principalmente los económicos, aunque no solamente estos, además de crear estrategias que devengan en un rendimiento financiero.

Lucas Taillefer, distribuidor y gestor cultural en una entrevista para el diario *El Comercio* mencionó que calcula que en el cine ecuatoriano, el 90% de los casos es el mismo productor quien se hace cargo de la distribución, así también sucede que el director y el productor son la misma persona, condición aún más frecuente en el cortometraje, está sobrecarga de labores podría ser un factor contraproducente en la realización puesto que vuelve a las labores ineficientes lo que podría repercutir en el resultado comercial del proyecto (Criollo, 2015, párr. 5).

Como ya se mencionó anteriormente, hay funciones del productor audiovisual que varían de acuerdo al proyecto en el que se involucra, pero lo que se mantiene siempre son las

fases que debe realizar. Fernández y Martínez hablan de definir, analizar, diseñar, planificar, programar, financiar, ejecutar y explotar, en la carrera de Cine de la Universidad de Cuenca se enseñan las fases de realización como preproducción, producción y posproducción, fases que sin importar la magnitud del proyecto deberán ser realizadas, claro que al producir un cortometraje todas estas fases se disminuyen con respecto a lo que supone realizar un largometraje, por lo cual, para el productor puede ser más llevadero el encargarse de varios cargos dentro del cortometraje.

### **I.C.- ¿Cuándo un cortometraje es rentable?**

Para responder esta pregunta en primera instancia ¿Qué es rentabilidad?, según el texto *Análisis contable* “se trata de evaluar la capacidad efectiva de la empresa, del negocio, para obtener rendimientos a partir de los capitales invertidos y recursos disponibles” (Amondarain, Caraballo y Zubiaur, 2013, p. 2) que trasladado al medio audiovisual se trataría de recuperar lo invertido en realizar el cortometraje y obtener un beneficio extra.

Para la realización de un análisis más efectivo de la rentabilidad se pueden utilizar los ratios de rentabilidad, comúnmente usados en economía para realizar análisis de rendimiento financiero de empresas. La revista *Contadores y Empresas* de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas en la que se señala que:

Un ratio financiero no es otra cosa que el resultado de la comparación entre dos cuentas de los Estados financieros, lo cual nos brindará justamente la información relativa de una cuenta con respecto a otra, dependiendo de lo que se quiera medir el ratio puede interpretarse en unidades monetarias o en término porcentuales (Andrade, 2011, p. 53).

Esta monografía utiliza el ratio *Return on Investment* (ROI) que, como lo señala la revista *Contadores y Empresas* (2011) evalúa el retorno sobre la inversión de capital y su fórmula es:

$$\frac{(\text{Utilidades} - \text{Inversión}) \times 100}{\text{Inversión}}$$

El resultado de la aplicación de esta fórmula está dado en porcentaje de rentabilidad, a rasgos generales si el resultado es diferente de cero hay rentabilidad, pero para determinar la efectividad de una inversión lo que se recomienda es hacer un estudio comparativo entre varias empresas de la misma naturaleza así se podría evidenciar si se está aprovechando el potencial de la empresa.

Tras hacer una investigación sobre los productores de cortometrajes, ofrecen una perspectiva esperanzadora en torno a la capacidad comercial del cortometraje. De esto con gran detalle se habla en el artículo titulado *Hacer un corto rentable* en la página del *Festival de cortometrajes Korterraza*, que se realiza en España, “para mí la diferencia entre ser “cortometrajista” -o lo que sea- y no serlo está en el número de selecciones, sinceramente, un tío que consigue 70 selecciones por cortometraje, debería de poder vivir dignamente de ello” (Vitoria, 2010). En este artículo realizado por un productor de cortometrajes que subsiste de ello, se habla de cifras aproximadas para que sea factible “vivir haciendo cortometrajes”. Así mismo, se enfatiza el imperativo de participar en festivales y difundirlo en cuanto medio esté al alcance, bares, terrazas y medios digitales. Este punto de vista es esperanzador con respecto a la realización de cortometrajes, aunque se menciona el caso de España. Por otro lado, el argentino Pablo Zaramella, realizador de cortometrajes de animación, en una entrevista para el diario *Comercio y Justicia* señaló:

Es muy común tener presencia argentina en festivales internacionales. Hay dos o tres nombres que andan siempre dando vueltas. En mi caso, hace diez años que participo de festivales, pero también están Santiago Bou y Javier Prat, con muy buena repercusión, y está surgiendo mucha gente nueva a raíz del proceso actual. Muchos chicos que recién terminan de estudiar o que terminaban haciendo cosas en sus casas y no se animaban a mostrarlas, vieron que es posible trabajar de manera súper independiente, acceder al mundo de la animación independiente internacional, que tiene bastante movida de festivales, en Europa, sobre todo, ayuda mucho a promoverse y a darte a conocer, y llevar adelante una carrera profesional (Anónimo, 2011).

La opinión de Zaramella se sustenta además en ser el director del cortometraje argentino *Luminaris* (2011) que se ganó un lugar en el libro *Guinness de los Récords* (2012),



por tener un total de 360 premios en festivales alrededor del mundo. Se habla de que el éxito comercial de este cortometraje es gracias a su productora, Sol Rulloni, quien supo moverse dentro del ámbito nacional e internacional para hacer que el cortometraje llegará a todo el mundo (Zona de Animación, 2018). Actualmente se encuentra en la página oficial de la productora en *Youtube*, de donde estará obteniendo ganancias extras.

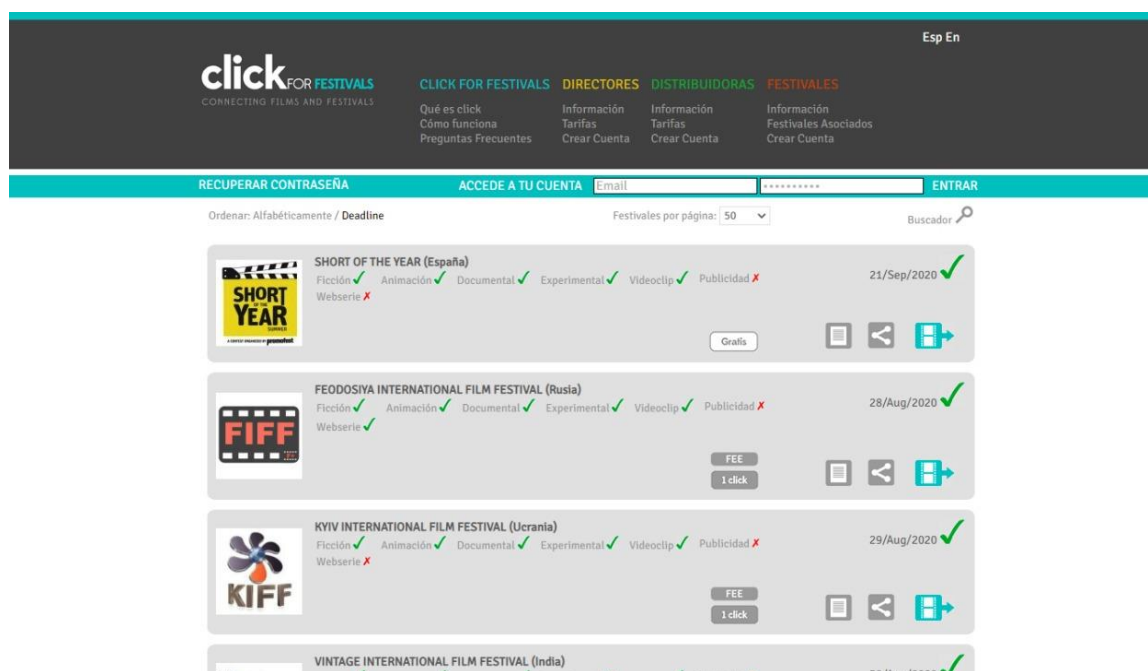
Por otro lado, Johanna López, Productora Ejecutiva del corto *Summer Beats* (2015) ganador en el *Festival de Cine La Orquídea Cuenca*, en una entrevista ofrecida para este trabajo, habla del cortometraje como una escuela de práctica para la futura realización de películas y menciona que el proceso de realización es una oportunidad de obtener reconocimiento dentro del medio y crear un banco de datos de posibles auspiciantes que financien proyectos futuros. Indica que en Ecuador no existe un mercado en el que se puedan mover los cortometrajes. Johanna presenta una perspectiva desalentadora para realizadores de cortometrajes en Ecuador que dista de Zaramella y Vitoria que realizan cortometrajes en países con mayor poder económico, aunque a la par, López menciona que el cortometraje *Summer Beats* tuvo un retorno total del capital invertido, además de aproximadamente quinientos dólares de ganancias, esto fruto de sus premios en festivales a nivel nacional e internacional (Gutiérrez, 2019).

Además de las opciones de financiamiento y distribución tradicionales, en la actualidad se encuentran plataformas digitales que ofrecen nuevos espacios de exhibición que ayudan a la rentabilidad de un cortometraje. En el ámbito del financiamiento se encuentran las plataformas, como las denominadas *crowdfunding*, en las que se pueden publicar proyectos de cualquier índole y posibles auspiciantes o inversionistas se contactan directamente con los realizadores de los proyectos. Una de las plataformas más conocidas de *crowdfunding* es *Patreon*, donde creadores de contenido de todo el mundo reciben el aporte directo de sus seguidores.

En cuanto al área de distribución, *YouTube* es hasta ahora la plataforma más grande de contenido audiovisual en el mundo, permite obtener ganancias por los videos publicados en su página, a través de un sistema de pagos complejo, basado en el número de visitas que

obtienen los videos. El cortometraje más visto de *YouTube* es *Fresh Guacamole* (2012) de la productora de animación *PES*, con un total de 174,5 millones de vistas hasta la fecha. Este cortometraje usa la técnica de *Stop Motion* y estuvo nominado a los *Oscar* en 2013. Por otro lado, el cortometraje con mayor visualización de habla hispana es *Carmesí* (2016), de los alumnos de la Universidad Nacional de Villa María de Argentina, con noventa millones de visualizaciones.

A estas plataformas que apoyan en las áreas de financiamiento y exhibición, también se suman otras especializadas en postulación a festivales como *Click for festivals*, que es - como lo dice su sitio Web *www.clickforfestival.com*, una herramienta de conexión entre creadores y festivales, que supone una forma sencilla y económica para realizadores y distribuidoras, de hacer llegar sus obras a los festivales.



**Figura 2.** Página de inicio de *Click for festivals*. **Fuente:** Captura del sitio Web *www.clickforfestivals.com* accedido por última vez el 20 de agosto de 2020.

## Capítulo Segundo

### Estudio de rentabilidad del cortometraje. Estudio de casos de producción de cortometrajes latinoamericanos y nacionales

#### Estudio de casos

Para realizar el análisis de casos se usa como base los lineamientos de realización audiovisual presentes en el libro de Federico Fernández y Carolina Barco (2009) *Producción cinematográfica del proyecto al producto*, en el que se señalan tres etapas de la realización audiovisual desde el punto de vista de producción: el desarrollo, la realización del proyecto y, la distribución y explotación; entendiendo el desarrollo como la preproducción; la realización del proyecto como la producción; y la distribución y explotación como la presentación del audiovisual y su lanzamiento al mercado (p.15).

Además, se realiza una cuantificación de la rentabilidad de los cortometrajes analizados con ayuda del ratio de rentabilidad *Return on Investment* (ROI) usando como guía la revista *Contadores y Empresas* (2017) de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas en la que se señala que:

Los ratios de rentabilidad se enfocan en mostrar el nivel de eficiencia alcanzado en la operación y gestión de recursos con los que cuenta la empresa, esto a distintos niveles, como por ejemplo la rentabilidad sobre los activos con que cuenta la empresa (Andrade, 2011, p. 55).

El ROI, evalúa el retorno sobre la inversión de capital y su fórmula es:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidades} - \text{Inversión}}{\text{Inversión}} \times 100$$

A partir de la combinación de los parámetros de análisis de producción cinematográfica y de rentabilidad empresarial, se utilizan datos que establecen el modelo de producción usado en cada uno de los cortometrajes analizados a fin de determinar su rentabilidad. En vista de la falta de material bibliográfico especializado en cuantificar los índices de ganancia e inversión de cortometrajes, para obtener estos datos se usan aproximaciones basadas en información obtenida de entrevistas, artículos de prensa, entre otros. Los resultados son utilizados como una guía para la elaboración del modelo de producción para el cortometraje *El Camino de Solano*.

## **II.A.- *Luminaris* (2011) el cortometraje argentino en el libro *Guinness de los Récords Mundiales* como el cortometraje más premiado en el mundo**

### **II.A.1. Desarrollo**



**Figura 3.** Afiche del cortometraje *Luminaris* (2011), de Pablo Zaramella. **Fuente:** Figura recuperada de *IMDB* en <https://www.imdb.com/title/tt1860278>

*Luminaris* (2011) de Pablo Zaramella, con una duración de seis minutos treinta y siete segundos, narra la historia de una pareja de empleados de una fábrica de bombillas eléctricas, que superan la monotonía y la rutina diarias a través de la idea alocada de crear un globo de vidrio con el cual escapar de esa tediosa realidad. Sus actores fueron Gustavo Cornillón y María Alché (Zona de animación, 2018).

En el periódico *Río Negro* (2018) Pablo Zaramella director del cortometraje declaró:

Mi corto es un paso de comedia con una vuelta de tuerca sobre la pixilación, que es sumar la animación de la luz del sol. No reniego de *Luminaris* para nada, pero la sensación es que hice un corto muy popular, aunque no el mejor. Todos los que trabajamos dimos todo para hacerlo con pasión, pero no parecía ser un corto 'premiable' porque la pixilación era una técnica pasada de moda en ese momento (párr. 3).

Con respecto al desarrollo del proyecto, el director comentó en una entrevista para el diario *Comercio y Justicia* que (2011):

El proyecto empezó a principios de 2008, cuando decido presentarme a una beca que se da todos los años en Francia. Yo tenía un viejo proyecto que era hacer algo con un tango que se llama “Lluvia de estrellas”, desarrollar una historia a partir de esa música. Me parecía que el desarrollo que tenía era el de contar una historia. Me seleccionaron. Voy a trabajar durante un mes en Francia y el resultado fue la historia que se adecuaba a la técnica de pixilación con actores (párr. 4).

Zaramella ganó una beca para la residencia en Abbaye de Fontevraud, Francia, en octubre del 2008, donde concibió la idea y el guion de *Luminaris* (2011), posteriormente retornó a Argentina y se unió a Gustavo Cornillón, reconocido realizador audiovisual argentino. Juntos escribieron el guion definitivo para *Luminaris*, Zaramella y Cornillón también asumieron puestos en el área de producción y conformaron lo que sería el equipo responsable de *Luminaris*. En la siguiente tabla se detallan los puestos que ocupó cada uno de los miembros del *crew*, información extraída de los créditos del cortometraje.

Equipo del cortometraje <i>Luminaris</i>	
Idea, animación y dirección	Juan Pablo Zaramella
Guion	Juan Pablo Zaramella y Gustavo Cornillón
Dirección de fotografía	Sergio Piñeyro
Asistente de dirección	Sol Rulloni
Pre producción	Silvana Cornillón
Producción	Sol Rulloni y Mario Rulloni
Producción Ejecutiva	Juan Pablo Zaramella
Animación adicional	Mario Bergara, Becho Lo Bianco, Lucila las Heras, Sergio Piñeyro y Gustavo Cornillón
Arte y diseños	Juan Pablo Zaramella
Asistente de arte	Diana Rascovschi
Constructores	Ciro Paz Osorio, Diana Rascovschi, Sebastián Hojnadel y Adrián Vázquez
Composición y arte digital	José León Molfino, Roberto Connolly, Alejo Villarino, Mario Rulloni y Peque Varela
Sonido	Diego Gat

**Cuadro 1.** Equipo del cortometraje *Luminaris* (2011). **Fuente:** Créditos del cortometraje *Luminaris*.

Con un total de 20 personas sin tomar en cuenta a los actores, extras y a los responsables de la postproducción, se realizó este cortometraje. De alguna forma se trata de un trabajo de amigos, pues, visualizando varios de sus cortometrajes se puede notar que los nombres se repiten, y estas personas cumplen varios roles a la vez en un mismo proyecto. De estas veinte personas, Silvana Cornillón, Sol Rulloni, Mario Rulloni y el mismo Juan Pablo conformaron el equipo de producción. A pesar de no encontrar datos precisos sobre el presupuesto de este cortometraje, en una entrevista realizada al director, mencionó que se usó cerca de doscientos mil pesos argentinos, lo que resulta en cerca de 13.000 dólares estadounidenses, lo que para Zaramella representa un costo alto de producción, siendo una realización independiente.

## II.A.2. Realización

La modalidad de producción de este cortometraje se enmarca en *independiente*, y estuvo a cargo principalmente del estudio *JPZtudio* fundado por Juan Pablo Zaramella, quien se encargó de la producción ejecutiva, lo que significa que contrató al personal (en su mayoría amigos suyos), además fue el encargado principal de obtener recursos económicos para el cortometraje.

En una entrevista a Juan Pablo aclara que “a partir de que se inició la producción hasta que se terminó el corto, fueron dos años y medio; no de corrido, porque en el medio tuve que hacer trabajos para vivir”. (*Comercio y Justicia*, 2011). En una conferencia que realizó Zaramella en *TEDx Buenos Aires 2012* aclara que fueron varios los factores por los cuales el rodaje duró dos años y medio, a más de necesitar interrumpirlo para enfocarse en otros proyectos que lo sostengan económicamente. También hubo varios días de rodaje cancelados, puesto que su técnica de animación se basaba en la luz solar, por lo que si el día no estaba en las condiciones adecuadas no podían grabar (TEDx Talks, 2012).

El éxito del cortometraje con su participación en festivales fue fruto del trabajo de la productora Sol Rulloni y los distribuidores, así lo menciona Pablo: “Fue idea de uno de los distribuidores, quien insistió para que aplicáramos. Sol Rulloni, una de las personas encargadas de la producción del corto, estuvo años presentando materiales y pruebas para que, primero fuera considerado, y luego para que fuese confirmado” (Zona de Animación, 2018). Tras casi tres años el trabajo arduo, dio frutos obteniendo cerca de cuatrocientas premiaciones en festivales.

## II.A.3. Resultados de la distribución y explotación

Para tener una perspectiva cercana a la rentabilidad del cortometraje *Luminaris* (2011) es necesario tomar en cuenta el presupuesto usado y el capital recaudado de los premios de los festivales. Zaramella menciona que se usó cerca de doscientos mil pesos argentinos, lo que resulta en cerca de 13000 dólares estadounidenses, para Zaramella este representa un costo alto de producción siendo una realización independiente (*Comercio y Justicia*, 2011).



Con más de trescientos galardones en festivales alrededor del mundo, es seguro que este cortometraje obtuvo vastas ganancias. No se encuentran datos públicos, pero haciendo un análisis hipotético se puede suponer unos \$2.000 dólares de premio de cada festival, claro está que no todos los festivales tienen como premio remuneración económica, por lo cual, se supone 150 festivales con remuneración económica, así se obtendrían \$300.000 dólares estadounidenses en premios. Ahora, a estos valores se pueden aplicar los ratios de rentabilidad.

Para cuantificar la rentabilidad de este cortometraje se aplica el ratio ROI, que implica un cálculo de rendimiento sobre inversión, y su resultado está dado en porcentajes. Su fórmula es:

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Utilidades} - \text{Inversión})}{\text{Inversión}} \times 100$$

Como se mencionó antes, en realizar el cortometraje se hizo una inversión de \$13.000, y se habría obtenido aproximadamente \$300.000 de ganancias, por lo tanto, al aplicar el ROI, el resultado sería.

$$\text{ROI} = \frac{(300000 - 13000)}{13000} \times 100$$

$$\text{ROI} = 2207\% \text{ de rentabilidad}$$

El 2207% de resultados es un muy buen resultado de rentabilidad, que representa un gran índice de ganancia con respecto al capital invertido. Zaramella en la mayoría de sus entrevistas se muestra sorprendido frente al éxito que alcanzó su cortometraje señaló: “la verdad, no entiendo los criterios de la Academia. Si se ve la lista de seleccionados hay cosas que me gustan mucho, hay cosas que me gustan un poco y cosas que no me gustan. El proceso es votación. Asisten a proyecciones de cortos de animación, votan y con base en ese puntaje se determinan los preseleccionados y los nominados” (Comercio y Justicia, 2011).



Con este análisis hipotético, que seguramente no dista mucho de la realidad, *Luminaris* (2011) representa un claro éxito en recaudación, aunque este es un caso excepcional, en el que diversos factores hicieron que resultara tan popular. Gran parte del mérito es de los productores, quienes se preocuparon de buscar espacios dentro de los festivales aun cuando no había terminado el rodaje, creando un modelo de producción que se preocupó desde el primer momento de la comercialización. Zaramella, en su charla de *TEDx Buenos Aires 2012* menciona que ya había postulado anteriormente para el festival *Annecy* de Francia, considerado el mejor festival de animación del mundo. La primera vez concursó con el cortometraje *Desafío a la muerte* (2007) logrando la selección, pero no un premio, más adelante concursaría con *Luminaris* (2011) con el que ganó el primer lugar, lo que le abrió numerosas puertas en festivales a nivel mundial (TEDx Talks, 2012)

## II.B.-Cortometraje animado chileno *Historia de un oso* (2005) ganador de los *Oscars* 2016.

### II.B.1. Desarrollo



**Figura 4.** Afiche del cortometraje *Historia de un Oso* (2005), de Gabriel Osorio. **Fuente:** Figura recuperada de *Sitio Cero* en <https://sitiocero.net/2016/03/historia-de-un-oso-el-giro-de-la-memoria>

*Historia de un Oso* (2005) del chileno Gabriel Osorio, de diez minutos con doce segundos, cuenta la rutina de un oso solitario, que vive de mostrar la historia de su pasado dentro de un pequeño diorama que él mismo fabrica. Dentro del diorama, es cuando emerge la tragedia. El oso fue obligado a ser parte de un circo y separado a la fuerza de su esposa y su pequeño hijo.

María Reyes (2018) para el *Centro Nacional de Memoria Histórica de Chile*, sobre *Historia de un oso* (2005), escribe:

La historia de un oso, según su director, buscaba contar una de las realidades más crudas de su país, de una forma no literal y lo más original posible. El aire tranquilo y apacible con el que se narra la historia es un reflejo muy vivo de lo que significa estar exiliado. A pesar de que muchos ven la oportunidad de salir del país como algo positivo, las personas que han sufrido esta situación dicen que la realidad es muy diferente: “la vida cambia radicalmente; dejamos todo, familia extensa, amistades, vivienda y todo lo que teníamos, mi vida deportiva se terminó” dice Gustavo Guzmán, una persona que compartió su testimonio con el Centro Nacional de Memoria Histórica (párr.4).

El fuerte de este cortometraje radica en su peso histórico, la trama es conmovedora y se sostiene por sí misma, pero consigue una gran fuerza en el momento que el espectador se entera que la historia está basada en los exilios de la época de la dictadura en Chile.

*Historia de un oso* (2005) fue realizada por el estudio *Punk Robot*, formado por cuatro amigos chilenos. Tras ocho años de trabajo arduo comenzaron la realización del cortometraje que los llevaría a ganar el Oscar. La idea fue concebida por Gabriel Osorio, pero el guion fue escrito por Daniel Castro, uno de los miembros fundadores de *Punk Robot*. Finalmente, el equipo se compuso de la siguiente manera (cuadro 5):

Equipo del cortometraje <i>Historia de un Oso</i>	
Escrito y dirigido	Gabriel Osorio
Padructor Ejecutivo	Pato Escala
Directora de Arte y Animación	Antonia Herrera
Guion	Daniel Castro
Storyboard	Gabriel Osorio
Música	Dënver
Cello	Felicia Morales
Ingeniero en Sonido	Milton Mahan y Pablo Muñoz
Conceptos y texturas	Sebastián Aburto, Antonia Herrera y Mari Soto-Aguilar
Matte Painting	Sebastián Aburto
Animación principal	Nicolás Canales
Animación adicional	Fernanda Frick, Antonia Herrera y Angel Pérez
Modelado 3D	Gabriel Osorio
Modelado 3D adicional	Sebastián Aburto, Jorge Ovando, Carlos Cruz.
Iluminación y Render	Gabriel Osorio, Jorge Ovando y Eduardo Bravo
Composición	Antonia Herrera
Diseño Gráfico	Mari Soto-Aguilar
Montaje	Pato Escala
Postproducción de Sonido	Christian Cosgrove
Ingeniero de Sonido	Mauricio López

**Cuadro 2.** Equipo del cortometraje *Historia de un Oso* (2005). **Fuente:** Créditos del cortometraje *Historia de un Oso*.

## II.B.2. Realización

Sobre la técnica de animación usada, en una entrevista para la *BBC* Osorio expresa: “nuestra idea era rescatar lo hecho a mano, las técnicas tradicionales, y llevarlas a un mundo 3D. Es bien mentiroso, parece todo hecho en 3D, pero hay mucho trabajo manual detrás. Creo que eso nos resultó en términos estéticos porque se ve bien distinto a otras películas” (Perasso, 2016)

*Historia de un oso* (2005) fue un cortometraje de \$40.000 dólares estadounidenses, contó con un equipo de 15 personas, entre ellos el productor, Pato Escala, en el estudio de animación *Punkrobot*, en Santiago. La producción duró cuatro años. Trabajaron en ella entre los años 2010 y 2014, se financió principalmente con fondos públicos del estado de Chile, el Fondo del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Este dinero les alcanzó para realizar la animación hasta la mitad, por ello la larga duración de producción. El resto se financió con proyectos comerciales que encararon a través del estudio. (Perasso, 2016)

“De la variedad de colaboradores vino la diversidad de técnicas: aunque a primera vista el cortometraje puede parecer un stop-motion, está hecho en realidad con un collage de métodos. Desde dibujos a mano y acuarelas hasta fotografías e imágenes 3D” (Perasso, 2016). Este cortometraje tiene un trasfondo cultural e histórico que lo hace sumamente valioso y el tema del exilio, bastante cotidiano en las producciones chilenas, resultó novedoso y refrescante en el mercado internacional; así lo menciona Osorio en la entrevista ya mencionada a la *BBC*. El cortometraje obtuvo un total de sesenta galardones en festivales, de ellos el más sobresaliente es el Oscar por mejor cortometraje animado, premio que ganó al competir frente a la gran productora de animación *Pixar*.

## II.B.3. Resultados de distribución y explotación

Como en el caso de *Luminaris* (2011), es poca la información sobre el proceso de producción de *Historia de un oso* (2005) que se pudo encontrar, por lo cual también se realiza un análisis hipotético de los resultados que el cortometraje obtuvo.

Para empezar, este cortometraje fue financiado con \$40.000 dólares, de los cuales el cincuenta por ciento, aproximadamente, fue financiado por el Fondo del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes del Gobierno Chileno, lo que supone para la productora una inversión de \$20.000 dólares (Perasso, 2016). En cuanto a recuperación del capital y ganancias, el cortometraje obtuvo 60 galardones en festivales incluyendo un Oscar, no se pudo obtener una fuente confiable sobre el valor del premio Oscar, pero se dice que puede rondar los \$20.000. Suponiendo que de los 59 premios restantes 30 hayan tenido remuneración económica, de \$2.000, se obtiene un total de \$60.000 sumado al premio del Oscar serían \$80.000.

Como en el caso de *Luminaris* (2011), para cuantificar la rentabilidad de este cortometraje, se aplica el ratio ROI, que implica un cálculo de rendimiento sobre inversión, y su resultado está dado en porcentajes. Su fórmula es:

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Utilidades} - \text{Inversión})}{\text{Inversión}} \times 100$$

Como se mencionó antes, en realizar el cortometraje se hizo una inversión de \$40.000, y se habría obtenido aproximadamente \$80.000 de ganancias, por lo tanto, al aplicar el ROI, el resultado sería.

$$\text{ROI} = \frac{(80000 - 40000)}{40000} \times 100$$

$$\text{ROI} = 100\% \text{ de rentabilidad}$$

*Historia de un oso* (2005) no igualó el grado de rentabilidad de *Luminaris* (2011), pero tiene un gran índice de rentabilidad, el 100% indica que pudo recuperar el total de su inversión además de un 100% extra de ganancias. En una entrevista ofrecida a la televisora Univisión, Osorio platica sobre el proceso que siguieron para llegar a los premios Oscar y menciona que para ser considerados dentro de los seleccionados debían obtener selecciones dentro de cuatro festivales tipo A, lo cual consiguieron y fue el determinante para que

podieran entrar en la selección de los *Óscares*. No se encontraron datos precisos sobre el proceso de comercialización de *Historias de un Oso*, pero se puede intuir, por los resultados que tuvieron, una planificación estructurada de postulación en festivales. *Historias de un oso* tiene 60 premios, frente a los más de 300 de *Luminaris*, a pesar de la carga histórica de su trama; probablemente *Historia de un Oso* está mucho más acercado a las posibilidades que tiene un cortometraje latinoamericano, puesto que, como se dijo anteriormente, *Luminaris* es un caso excepcional.

## II.C.- *Summer Beats* (2015), cortometraje cuencano ganador en el *Festival de Cine La Orquídea*

### II.C.1. Desarrollo



**Figura 5.** Afiche del cortometraje *Summer Beats* (2015). **Fuente:** Página en Facebook del cortometraje *Summer Beats*.



“Experimentar por primera vez el mundo sonoro, a la vez que el despertar de su adolescencia, se convierte en el conflicto central de Esteban, quien, tras la reciente cirugía de implante coclear, nota que su voz es diferente a la de sus amigos, situación que le ha impedido tener una novia por causa de su propio miedo” (Granda y López, 2015).

*Summer beats* (2015) es un cortometraje cuencano, realizado como proyecto de graduación por estudiantes de la Carrera de Cine de la Universidad de Cuenca, dirigido por Jairo Granda y producido por Johanna López, fue ganador del *Festival de Cine La Orquídea* y formó parte de la muestra de cortometrajes de varios festivales prestigiosos como el *Festival de cine de Toulouse*.

Este cortometraje se hizo con la finalidad de ser el proyecto de graduación de un grupo de estudiantes de la Universidad de Cuenca encabezados por Jairo Granda y Johanna López, de cierta manera este fue el primer trabajo “serio” de este equipo de rodaje, equipo que diera origen a la productora *Sobrevuelo*, y estuvo compuesto de la siguiente manera:

Equipo de <i>Summer</i>	
Guion y Dirección	Jairo Granda
Producción ejecutiva	Jairo Granda y Johanna López
Productora de campo	María Paula Vela
Asistente de dirección	Francisco Álvarez
Dirección de fotografía	Camila Moscoso
Sonido	Johanna López
Arte	José Fernando Vélez

**Cuadro 3.** Equipo del cortometraje *Summer Beats*. **Fuente:** Créditos del corto carpeta de Producción del Cortometraje *Summer Beats*, 2015.

Este esquema corresponde al equipo principal tras Summer Beats, todos ellos, en su momento, estudiantes a punto de graduarse en la Universidad de Cuenca. En una entrevista realizada a Johanna López, cuenta que como estrategia para atraer a posibles auspiciantes contrataron a Diego Ulloa, reconocido actor de Enchufe TV, serie web de skechers publicada en la plataforma de YouTube, esta estrategia le consiguió varios auspicios principalmente en modo de canjes.

### **II.C.2. Realización**

La productora Johanna López ofreció una entrevista para la realización de este trabajo investigativo, en la cual explicó el proceso de producción. El cortometraje fue financiado en primer lugar con un capital semilla de 500 dólares, ganado en un concurso de fondos de la Casa de la Cultura, el resto del financiamiento vino por medio de canjes con empresa privada, además de un acuerdo con el equipo de retrasar el pago de los salarios (Gutiérrez, 2019).

Como estrategia para promocionarse frente a los posibles auspiciantes, se trabajó en un afiche y en un prototipo de DVD que sirvió para demostrar que el proyecto era realizable y ganar la confianza de las marcas. Además de la contratación de actores del grupo *Enchufe Tv*, reconocidos a nivel nacional, Johanna explica que todos los auspiciantes que ella tuvo en mente le dieron acogida, excepto un supermercado del que esperaban cubriera los costos de alimentación, pero López explica que este rubro se pudo solventar con el auspicio de una empresa procesadora de alimentos (Gutiérrez, 2019).

### **II.C.3. Resultados de distribución y explotación**

Con la dirección y guion de Fernando Granda, bajo la producción y propuesta sonora de Johanna López, este trabajo cinematográfico contó con la participación de cineastas y actores jóvenes. En el diario cuencano *El Tiempo* se relata que este cortometraje obtuvo galardones a *Mejor Cortometraje Nacional* en el *V Festival de Cine La Orquídea* y *Mejor Cortometraje Nacional* en el *Festival Internacional de Cine de Guayaquil*. Además, ha tenido varios reconocimientos en Estados Unidos, Canadá, Bolivia y Venezuela. (Anónimo, 2017)





Johanna estima que la producción tuvo un costo de aproximadamente \$3.500 dólares, capital que se vio solventado gracias a los \$500 dólares ganados de fondos de la Casa de la Cultura y canjes publicitarios con la empresa privada. El cortometraje ganó de sus galardones \$2.500 dólares (Gutiérrez, 2019).

Como es los casos anteriores, para cuantificar la rentabilidad de este cortometraje se aplica el ratio ROI, que implica un cálculo de rendimiento sobre inversión, y su resultado está dado en porcentajes. Su fórmula es:

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Utilidades} - \text{Inversión})}{\text{Inversión}} \times 100$$

Como se mencionó antes, en realizar el cortometraje se hizo una inversión de \$3.500, y se habría obtenido aproximadamente \$2.500 de ganancias, por lo tanto, al aplicar el ROI, el resultado sería.

$$\text{ROI} = \frac{(2500 - 3500)}{3500} \times 100$$

$$\text{ROI} = -28\% \text{ de rentabilidad}$$

Este -28% significa que no pudieron solventar el capital invertido, aunque, esta falta de ganancias no se vio reflejado como pérdida para la producción, puesto que el cortometraje había sido financiado en su totalidad gracias a los auspicios y al capital semilla brindado por la Casa de la Cultura, esto significa que la producción no invirtió de su bolsillo para la realización de *Summer Beats*. Johanna menciona que la mayor ganancia obtenida del cortometraje fue el poder crear un banco de datos de marcas que podrían colaborar en futuros proyectos, además, que *Summer Beats* fue una gran escuela de aprendizaje para ella y sus compañeros.



Del análisis de estos tres cortometrajes se puede concluir que un cortometraje es exitoso económicamente, dependiendo de su estrategia de difusión y distribución. El éxito de esta estrategia dependerá de factores como la historia, la temática, la técnica usada, pero sobre todo el manejo publicitario que le dé el productor. Si un productor sabe explotar el potencial del cortometraje y hacerlo conocer, el cortometraje va a tener buena acogida. También es importante postular a numerosos festivales, aumentando así las posibilidades de obtener más remuneración económica. No hay una fórmula precisa para obtener un buen rendimiento financiero, pero un estudio del mercado y de las posibilidades del proyecto pueden ayudar al menos a minimizar las pérdidas.

## Capítulo Tercero

### **Propuesta de modelo de producción rentable para el cortometraje ecuatoriano *El camino de Solano***

A continuación, se analiza el proceso del cortometraje *El Camino de Solano*. Como se hizo anteriormente en el análisis de casos se usa como base el libro *Producción cinematográfica del proyecto al producto* de Federico Fernández y Carolina Barco (2009) así, se señalan las etapas de desarrollo, realización del proyecto y, la distribución y explotación. Cabe aclarar que se describen los procesos que tuvo el cortometraje *El Camino de Solano*, tomando en cuenta que el proyecto fue cancelado antes de comenzar el rodaje, debido a la situación de emergencia sanitaria por el COVID-19. Por lo cual, para el análisis de estas etapas se usan datos hipotéticos basados en la planificación previa y los resultados obtenidos en las etapas de desarrollo del proyecto y preproducción que sí pudieron ser realizadas. También se aplica el ratio financiero ROI, con cifras supuestas, para dar una idea de las oportunidades de rentabilidad del cortometraje *El Camino de Solano*.

#### **III.A. Desarrollo**

*El Camino de Solano* es un cortometraje de ficción con una duración estimada de quince minutos incluidos créditos; narra la historia de Juana de 32 años y sus hijos Roberto y Miranda quienes pierden su hogar tras ser desalojados por irregularidades en la obtención del terreno de su casa. Tras varios avisos de parte del municipio, la casa fue destruida mientras Juana, Roberto y Miranda no estaban. Al ver lo ocurrido, la familia recoge unas cuantas pertenencias y deciden aventurarse. Viajan hacia Solano, un pequeño pueblo de Cañar, al que no habían ido antes pero que sabían era la residencia del abuelo paterno de los niños, el señor López. Al llegar a Solano se encuentran con un pueblo habitado exclusivamente por ancianos, además de que todos se apellidan López y a pesar de esto no logran dar con el abuelo de los niños. Se ven obligados a dormir en la calle y a mendigar por comida a espera de encontrar un nuevo hogar.

José Antonio Soto (2015) en el libro *Manual de producción audiovisual*, separa en dos grandes áreas la producción, por un lado, está la producción ejecutiva, y por otro lado la producción general. El productor ejecutivo es la cabeza del equipo, en quien recae el peso de las decisiones del proyecto. Por otro lado, el productor general se encarga de hacer cumplir las decisiones del productor ejecutivo (p.17). Para el *Camino de Solano* las funciones tanto de productor, en este caso, productora, ejecutiva y general recaen en la misma persona. Para un fin práctico se le denomina “productora”.

Este proyecto inició desde el área de dirección. En 2019, Fabiola Siavichay desarrolló la idea original y la escaleta, con el título *Camino pedregoso*, habiendo ganado el proceso denominado *pitch* para la selección de trabajos de titulación. Fabiola eligió a cinco de sus compañeros para conformar su equipo. Esta es una de las primeras particularidades del proyecto, puesto que no fue la producción quien eligió el personal, sino fue el área de dirección quien lo hizo. Una vez conformado el equipo de trabajo, se empezó el proceso de escritura del guion a modo de taller, Fabiola escribía una versión de guion, sobre el que el equipo, incluida la productora, aportaba ideas y opiniones para hacer nuevas versiones. A partir de esto desde la producción se ideó un primer cronograma (véase el cuadro 4), el cual ayudó a plantear metas y objetivos.

Una vez conseguida una versión sólida de guion, se lo registró en el *Servicio Nacional de Derechos Intelectuales* (SENADI) para protegerlo del plagio. Posteriormente, se inició con la preproducción, con una visita del equipo a la parroquia de Solano y así se obtuvo una primera selección de locaciones. Se acordó grabar en la ciudad de Cuenca y en la parroquia de Solano, que es un pueblo pequeño con pocos habitantes, como se puede observar en las figuras 6 y 7.

Cronograma de producción - <i>El Camino de Solano</i>										
Etapa	Actividad	Mes								
		2019				2020				De mayo del 2020 a abril del 2021
		Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	
Preproducción	Reunión de socialización con cabezas de equipos	X								
	1er <i>Scouting</i> en Solano	X								
	1ra versión de propuestas		X							
	Trabajo de guion	X	X	X	X	X				
	2da versión de propuestas			X						
	Levantamientos de fondos			X	X	X	X			
	Publicidad				X	X	X	X	X	X
	Casting				X					
	Confirmación de locaciones						X			
	Integración de asistentes					X				
	Confirmación de insumos de rodaje					X	X			
	Ensayos							X		
Producción	Rodaje							X		
Postproducción	Edición y montaje							X	X	
	Postulación en festivales									X

**Cuadro 4.** Cronograma de actividades de *El Camino de Solano*. **Fuente:** Cronograma realizado por Michelle Gutiérrez, 2019.



**Figura 6.** Fotografía de la parroquia Solano, calle a usarse en la escena 3 de *El Camino de Solano*. **Fuente:** Fotografía realizada por Carlos Bernal, 2019.



**Figura 7.** Fotografía de la parroquia Solano, camino de tierra, locación de la escena 6 de *El Camino de Solano*. **Fuente:** Fotografía realizada por Carlos Bernal, 2019.

Más adelante se trabajó en un presupuesto (tabla 1) que evidenciara las necesidades del cortometraje, con el cual se calculó un total de \$10692,60 como presupuesto. Con este presupuesto se formuló un plan de financiamiento, que contemplaba, entre otras cosas, el préstamo de equipos de filmación por parte de la Universidad de Cuenca, la creación de un proyecto para que estudiantes de la Universidad de Cuenca ajenos al grupo principal pudieran participar del cortometraje en modalidad de practicantes, la búsqueda de patrocinios a cambio de publicidad que consistieron en efectivo y especie. Dicho plan de financiamiento fue planteado como se muestra en la tabla 2.

<b>Presupuesto general - <i>El Camino de Solano</i></b>		
<b>Presupuesto general del proyecto</b>		<b>\$10,692.60</b>
<b>Cod.</b>	<b>Ítem</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	<b>Desarrollo</b>	
<b>1.1</b>	Guion	\$47.00
<b>1.2</b>	Gestión (levantamiento de fondos)	\$360.00
	Subtotal 1 desarrollo	\$407.00
	Imprevistos 5%	\$20.35
	Total desarrollo	\$427.35
<b>2</b>	<b>Preproducción</b>	
<b>2.1</b>	Ensayos	\$40.00
<b>2.2</b>	Pruebas cámara	\$40.00
<b>2.3</b>	Logística	\$70.00
	Subtotal 1 preproducción	\$150.00
	Imprevistos 5%	\$7.50
	Total preproducción	\$157.50
<b>3</b>	<b>Producción</b>	
<b>3.1</b>	Elenco	\$200.00
<b>3.2</b>	Personal departamento de fotografía	\$200.00
<b>3.3</b>	Equipo de rodaje, accesorios y materiales	\$820.00
<b>3.4</b>	Materiales de arte, escenografía, utilería, maquillaje y vestuario	\$250.00

3.5	Materiales de sonido	\$150.00	
3.6	Locaciones	\$150.00	
3.7	Logística	\$4,040.00	
3.8	Catering	\$2,745.00	
	Subtotal 1 producción	\$8,555.00	
	Imprevistos 5%	\$427.75	
	Total producción	\$8,982.75	
4	Postproducción		
4.1	Edición	\$370.00	
4.2	Sonido (incluido película y tráiler)	\$200.00	
	Subtotal 1 postproducción	\$570.00	
	Imprevistos 5%	\$30.00	
	Total postproducción	\$600.00	
5	Promoción y distribución		
5.1	Estreno	\$100.00	
5.2	Postulación en festivales	\$300.00	
5.3	Publicidad	\$100.00	
	Subtotal 1 promoción y distribución	\$500.00	
	Imprevistos 5%	\$25.00	
	Total promoción y distribución	\$525.00	
	1	Total desarrollo	\$427.35
	2	Total preproducción:	\$157.50
	3	Total producción:	\$8,982.75
	4	Total postproducción:	\$600.00
	5	Total Promoción y distribución:	\$525.00
	Gran total:		\$10,692.60

**Tabla 1.** Presupuesto general de *El Camino de Solano*. **Fuente:** Presupuesto realizado por Michelle Gutiérrez, 2019.



Plan de financiamiento producción					
<b>Nombre del proyecto:</b> <i>El Camino de Solano</i>					
<b>Productora:</b> Michelle Gutiérrez					
Costo total del proyecto					<b>\$10,692.60</b>
Aportes esperados					
Aportes en efectivo					
Fuente de financiamiento	Persona natural	Persona jurídica	Nombre del contacto fuente de financiamiento	Descripción del aporte	Total
Universidad de Cuenca		x	Jaqueline Verdugo	Coproducción	\$500
SORC		x	Michelle Gutiérrez	Producción	\$1148
Total aportes en efectivo					<b>\$ 1,648.00</b>
Aportes en especie					
Fuente de financiamiento	Persona natural	Persona jurídica	Nombre del contacto fuente de financiamiento	Descripción del aporte	Total
Universidad de Cuenca		x	Medardo Idrovo	Alimentación	\$ 2,845.00
				Transporte cuenca - solano	\$ 200.00
Gad parroquial de Solano		x	Verónica Chuya	Transporte dentro de la parroquia solano	\$ 3,000.00
Familia Siavichay	x		Fabiola Siavichay	Hospedaje	\$ 2,000.00
Diluvio films		x	Leonardo Espinoza	Alquiler de equipos de audio	\$ 1,000.00
Total aportes en especie					<b>\$ 9,045.00</b>
Total aportes en efectivo					\$ 1,648.00
Total aportes en especie					\$ 9,045.00
*Total aportes esperados					<b>\$ 10,693.00</b>
*Total porcentaje (%) de aportes por confirmados					<b>100.00%</b>

**Tabla 2.** Plan de financiamiento de *El Camino de Solano*. **Fuente:** Plan de financiamiento realizado por Michelle Gutiérrez, 2019.



Para aclarar, las siglas SORC que constan en el plan de financiamiento, corresponden a la *Sociedad para la Realización Cinematográfica*, sociedad conformada por los principales miembros del equipo de *El Camino de Solano*, quienes son: Fabiola Siavichay, Michelle Gutiérrez, Carlos Bernal, Cynthia Novillo, Pedro Gómez y Cristina Mejía. SORC es por lo tanto la productora de *El Camino de Solano*. SORC se haría cargo del financiamiento faltante tras el proceso de búsqueda de aportes económicos y en especie. Por ello en el plan de financiamiento constan \$1648 dólares puesto que este es el monto que se necesitaría completar una vez confirmados los aportes esperados.

Hasta el punto en el que se canceló el proyecto, se pudo confirmar los aportes de: La familia Siavichay, de Diluvio films, y de GAD Parroquial de Solano. A pesar de que se llegó a términos favorables, no se pudieron concretar acuerdos con el Departamento de Cultura de la Universidad de Cuenca y con la Universidad de Cuenca, puesto que fue cancelado el proyecto.

Se seleccionó actores por medio de la prueba *casting* que fue llevada a cabo en Solano y Cuenca. Los actores seleccionados para los papeles protagónicos fueron: Carolina Lozada en el papel Juana, Gonzalo Ávila como Roberto, Gabriela Cumbe como Miranda, y Oso como José. Para la contratación de asistentes desde producción se decidió permitir que cada director de área los eligiera, con el fin de formar un equipo que tuviera afinidad. Estos asistentes, en su totalidad, estudiantes de la Universidad de Cuenca, aceptaron participar en el rodaje sin remuneración económica a cambio de completar sus horas de prácticas preprofesionales requisito necesario para graduarse.

### **III.B. Realización**

Como ya se mencionó, el cortometraje *El Camino de Solano* tuvo que ser cancelado justo antes de comenzar el rodaje, por lo cual se hará una estimación de cómo pudo ser la etapa de filmación.

Se contemplaron nueve días de rodaje, siete en la parroquia de Solano y dos en la ciudad de Cuenca. Al ser los miembros del equipo residentes de la ciudad de Cuenca, se

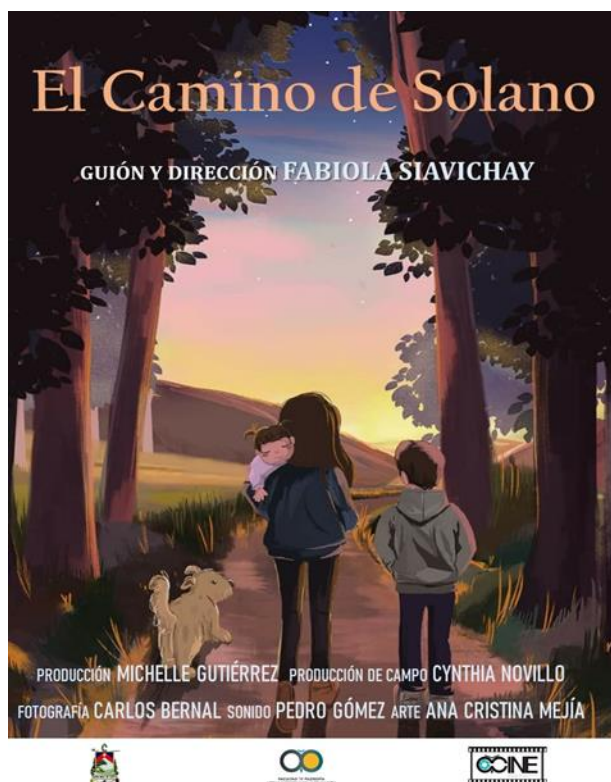
decidió hospedarlos Solano, el rodaje comenzaría todos los días a las ocho de la mañana y culminaría a las diez de la noche, con una pausa al mediodía para almorzar. Estos tiempos prolongados de rodaje se tomaron principalmente por el hecho de trabajar con niños, con la finalidad de agotarlos lo menos posible al no tener la presión del tiempo. Esta estrategia resultó exitosa en la realización de la muestra en video del cortometraje denominada *teaser*.

El *teaser* se elaboró con la finalidad de promocionar el cortometraje. (Véase en figura 8). Se eligió grabar una secuencia de caminata en donde se mostrarán las propuestas de fotografía, sonido y arte que tendría el producto final. Para el *teaser* se trabajó con la actriz infantil Daniela Llamba, quien hizo las veces de Roberto, y, Oso el perro que encarnaría a José. Este video fue publicado en la página de *Facebook* creada para promocionar el cortometraje de *El Camino de Solano*. En esta plataforma el *teaser* tuvo una gran acogida, logrando en una semana más de mil reproducciones.



**Figura 8.** Escena del niño Roberto con su perro, José. **Fuente:** Fotograma del teaser de *El Camino de Solano* de Fabiola Siavichay.

También se elaboró un afiche provisional usado como herramienta para la promoción del cortometraje, para ello se contó con un el diseño del director de fotografía Carlos Bernal para posteriormente ser digitalizado por una diseñadora gráfica (figura 9).



**Figura 9.** Afiche provisional de *El Camino de Solano*. **Fuente:** Ilustración realizada por Erika Gómez, 2020.

Una de las principales dificultades que podría surgir, sería el clima, puesto que el rodaje estaba planeado para el mes de marzo, mes en el que empieza la temporada de lluvias. Como una opción para contrarrestar esta dificultad se tenía planeado elegir escenas del guion en donde la lluvia pueda ser incluida sin afectar la línea argumental.

Para la producción también era preocupante el trabajar con una niña actriz de tan solo seis años y con un animal, el perro José, por lo que se le sugirió a la directora investigar métodos de dirección de actores infantiles además de la contratación de un asistente de dirección que haya tenido experiencia en esa área. En cuanto a José, la producción solicitó una disminución drástica de su participación. En un principio José estaba en todo el cortometraje, pero en la versión final de guion solo participaba en la secuencia inicial y en la final.

### III.C. Resultados de distribución y explotación

A pesar de no realizar la distribución y explotación de *El Camino de Solano*, se ha decidido hacer una valoración hipotética de los posibles resultados económicos, basado en los festivales en los que se tenía pensado participar.

Lo ideal en para un proyecto es contar con un distribuidor que se especialice en esa área, pero por las particularidades de *El Camino de Solano* no era factible contratar a una empresa distribuidora, por el alto coste que supone este servicio. Por lo tanto, se planificó utilizar la plataforma *Click for festivals*, que permite postular a un sin número de festivales pequeños y medianos a nivel internacional. Para postular a través de esta plataforma es necesario crear una cuenta en la página [www.clickforfestivals.com](http://www.clickforfestivals.com), luego llenar un formulario con los datos del audiovisual participante y subir el audiovisual a la plataforma. Se puede acceder a la información de los festivales y elegir los que sean adecuados para el proyecto. Se puede elegir entre pagar el costo de inscripción que solicita el festival o comprar uno de los planes de *clicks* (Tabla 3) que ofrece la plataforma, generalmente, un festival cuesta un *click*.

COMPRAR CLICKS		
Selecciona el pack que quieres comprar o indica una cantidad:		
Clicks	Precio	
1 click	2,00€ (2,00 €/click)	COMPRAR
5 clicks	9,00€ (1,80 €/click)	COMPRAR
10 clicks	17,00€ (1,70 €/click)	COMPRAR
20 clicks	32,00€ (1,60 €/click)	COMPRAR
50 clicks	75,00€ (1,50 €/click)	COMPRAR
75 clicks	105,00€ (1,40 €/click)	COMPRAR
100 clicks	120,00€ (1,20 €/click)	COMPRAR
200 clicks	200,00€ (1,00 €/click)	COMPRAR
Cantidad Pers.	Precio	
<input type="text"/>	N/A	COMPRAR
Precios con impuestos incluidos		

**Tabla 3.** Tabla de compra de clicks en *Click for festivals*. **Fuente:** Sitio Web [www.clickforfestivals.com](http://www.clickforfestivals.com) accedido por última vez el 20 de agosto de 2020.



En el presupuesto se asignó trescientos dólares para usarse en la postulación a festivales. Se iban a comprar cien *clicks* en la plataforma, lo que resulta en una inversión de \$141,66 dólares estadounidenses. El restante de presupuesto de postulación se usaría para la elaboración de subtítulos en inglés y francés, incrementando el número de festivales en los que *El Camino de Solano* pudiera participar. Se apuntaría a festivales pequeños y medianos para incrementar las oportunidades de ser seleccionados y ganar, puesto que los festivales pequeños y medianos tienen un número menor de postulantes, por lo tanto, menos competencia que en los festivales grandes.

Junto al proceso de postulación de festivales, se tenía planificada una campaña publicitaria a través de medios de comunicación tradicionales y redes sociales. Se planeó crear páginas de *El Camino de Solano* en las redes sociales *Instagram*, *Twitter* y *Facebook*, esta última sí fue creada. En estas páginas se harían publicaciones enfocadas a compartir información sobre el proyecto y el equipo. También se invitaría a la prensa local a un día de rodaje. Además, se tenía previsto una entrevista de la directora y productora de *El Camino de Solano* en el canal cuencano *Unión Televisión* en su programa *Vive Visión* en el que se hablaría del proyecto, esta entrevista sería después de terminado el rodaje.

Así, se esperaba que el cortometraje *El Camino de Solano* fuese enviado para postular en 100 festivales en el transcurso de un año. Puesto que no se puede aplicar el ROI ya que no hay datos sobre las utilidades del cortometraje se ha decidido dar un nuevo enfoque al análisis de rentabilidad.

Se realiza un ejercicio hipotético. En este caso se busca el mínimo de utilidad que requiere el *Camino de Solano* para ser rentable, poniendo como meta de rentabilidad el 10%. Se suponen \$500 dólares de premio por festival. Las preguntas a responder son ¿Cuánta utilidad necesita *El Camino de Solano* para ser rentable? ¿Cuántos festivales necesita ganar para obtener esa rentabilidad? ¿Cuál es la probabilidad de que *El Camino de Solano* hubiese obtenido estos premios?

Se trabaja sobre la fórmula ya utilizada del ROI:

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Utilidades} - \text{Inversión})}{\text{Inversión}} \times 100$$

Al despejar las utilidades obtenemos esta nueva fórmula:

$$\text{Utilidades} = \frac{\text{Inversión} \times \text{ROI}}{100} + \text{Inversión}$$

$$\text{Utilidades} = \frac{(10.692 \times 10)}{100} + 10692$$

$$\text{Utilidades} = \$11.761, 20 \text{ dólares estadounidenses}$$

Este resultado significa que, es necesario obtener \$11.761,20 para que *El Camino de Solano* sea rentable. Suponiendo \$500 dólares de premio por festival es necesario que el cortometraje obtenga el premio en 24 festivales. Puesto que, se tenía previsto postular en 100 festivales a lo largo de un año.

Al realizar un ejercicio de probabilidad simple sin tomar en cuenta factores externos, en cada festival hay una oportunidad del 50% de ganar. Al tomar en cuenta que se busca obtener 24 premios al postular en 100 festivales la probabilidad simple es de 12%. Lo que significa que es necesario ganar en uno de cada seis festivales postulados. Este tipo de análisis requiere un abordaje de mayor complejidad que no compete al alcance de esta investigación, pero se espera que en un futuro pueda realizarse un trabajo investigativo que se enfoque en este análisis.

Estos resultados favorables, hubiesen sido posibles gracias a la investigación previa sobre las estrategias que fueron aplicadas en otros cortometrajes como fue el caso de *Luminaris*, *Historia de un oso* o *Summer Beats*, la planificación y constancia. Es lamentable que no se haya puesto a prueba la producción de este cortometraje, pero sobre la base del trabajo que se hizo con el equipo de *El Camino de Solano*, se puede intuir que los resultados serían favorables. Además, cabe recalcar que la ganancia obtenida de la realización de este proyecto, también radica en productos que van más allá de lo económico, puesto que aún sin haberlo llevado a cabo, todos los miembros del equipo ganaron experiencias y habilidades necesarias para su vida profesional.



## Conclusiones

El presente estudio tiene un impacto en el abordaje financiero del proceso de preproducción de cualquier proyecto audiovisual, puesto que expone la importancia de considerar la contabilidad como un tema de mayor profundidad para identificar los rubros en forma técnica, de manera que se visualicen los recursos económicos en toda su dimensión. De esta manera, un productor podrá abordar la ejecución de un audiovisual al realizar un correcto análisis del proyecto, logrando la optimización de las etapas de producción, postproducción, difusión y explotación en un cortometraje, de manera que se garantice rentabilidad.

El cortometraje latinoamericano en general y el ecuatoriano en particular, en la actualidad tiene varias vías de comercialización, aunque se encuentran, en su mayoría, fuera de la región, teniendo como apertura principal los festivales de cine. El productor debe desarrollar la habilidad para vender el proyecto, en primera instancia para conseguir financiación y una vez llegada a la fase de explotación, para entrar en selecciones de festivales.

Del análisis de casos se puede concluir que un cortometraje es exitoso económicamente, apoyándose en la popularidad que consiga. Esto dependerá de factores como la historia, la temática, la técnica usada, pero sobre todo el manejo de difusión y publicidad que le dé el productor. Si el productor explota el potencial del cortometraje y lo hace conocer, este va a tener buena acogida. También es importante postular a numerosos festivales, aumentando así las posibilidades de obtener mayor remuneración económica.

No se pudo poner a prueba la rentabilidad del cortometraje El Camino de Solano, pero se hizo una estimación de sus posibilidades de éxito, aplicando los mismos criterios con los que fue medida la rentabilidad en el análisis de casos. El doce por ciento de probabilidad de obtener los premios requeridos para ser rentable, resulta esperanzador debido a su valor



positivo, aunque refleja también el arduo trabajo que se requiere para conseguir que un cortometraje sea rentable.

La contabilidad es una herramienta importante en la realización audiovisual, porque permite visibilizar en términos cuantitativos los movimientos económicos de una producción. Es necesario identificar cuáles rubros se pueden considerar inversión, cuáles gastos y cuáles otros, ganancias. En muchas ocasiones, el equipo de producción, que está dedicado al arte, pasa por alto la organización de los recursos económicos y esto impide reconocer el detalle de los costos, así como el valor real de las distintas formas de financiamiento de una producción, tales como: hospedaje, alimentación, movilización, tiempo y trabajo de distintos colaboradores, entre otras cosas. Al ser esta una monografía hecha desde el cine, no se amplían los términos contables, pero se considera necesaria la participación futura de profesionales y/o estudiantes de contabilidad en la producción audiovisual, para la elaboración de estrategias viables hacia una producción con rentabilidad.

En el desarrollo de este proyecto, se encontraron herramientas tecnológicas, como el caso de la página Web [www.clickforfestivals.com](http://www.clickforfestivals.com), que facilitaron la investigación del tema planteado, pero, al mismo tiempo, contribuyeron en solventar la falencia que supone no contar con un distribuidor especializado, para futuras postulaciones de este u otro cortometraje. Estas herramientas inciden en un ahorro significativo para la explotación de cualquier cortometraje a mediano plazo, pues, la búsqueda de festivales, uno a uno, implica una alta inversión en tiempo de búsqueda y también en costos por participación; mientras que, plataformas de este tipo, permiten un acceso muy rápido a la información y menor costo por inscripción.

La falta de textos académicos especializados en cortometraje, así como, la ausencia de planes financieros en las producciones existentes en Ecuador y Latinoamérica, dificultan un análisis técnico desde el punto de vista contable. Sin embargo, las experiencias estudiadas en esta monografía, son un punto de partida para nuevas investigaciones interdisciplinarias, sobre el devenir de la creación audiovisual, más allá de los enfoques artísticos.

## Anexos

### Documentos de gestión de recursos del cortometraje *El Camino de Solano*



#### CERTIFICACIÓN

Yo, Gladis Verónica Chuya Gordillo con número de cedula 030203751-0, Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Solano, a petición verbal del interesado **CERTIFICO**, que los estudiantes de la carrera de CINE Y AUDIVISUALES de la Universidad de Cuenca tienen planificado la realización del corto metraje "El camino de Solano", dentro de nuestra parroquia, bajo la responsabilidad de Michelle Gutiérrez con número de cédula 150093263-5; Cabe indicar que los estudiantes cuentan con la autorización del G.A.D Parroquial Solano para la ejecución del proyecto.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.

Autorizo al interesado hacer uso del presente documento en la forma que estime conveniente dentro de los parámetros legales.

Solano, Febrero 18 de 2020.

Atentamente,



Sra. Verónica Chuya Gordillo,  
**PRESIDENTE DEL GAD  
PARROQUIAL SOLANO.**

Teléf. 072137-035 -0997360375

Dir. Padre Vicente Pacheco y Salvador Macías.  
Correo electrónico: karina.con\_18@hotmail.com

**Anexo 1.** Certificado de aprobación de ejecución del proyecto *El Camino de Solano* por parte de Verónica Chuya Presidente del GAD Parroquial de Solano.

**UNIDAD EDUCATIVA “SAN SEBASTIÁN”**

RECTORADO: 2137081

SOLANO – DÉLEG

CAÑAR - ECUADOR

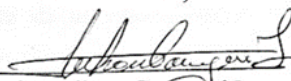
----- &amp; -----

Lcdo. Wilson Carangui Lozano, Rector ( E ) de la Unidad Educativa “SAN SEBASTIÁN” de la Parroquia Solano, CERTIFICA:

Que los Señores estudiante de la carrera de Cine de la Universidad de Cuenca, cuentan con el apoyo de la Institución que regento, para la realización de un cortometraje del proyecto de graduación, titulado “ El camino de Solano “

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo hacer los peticionarios uso del presente certificado.

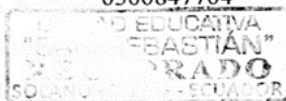
Atentamente,



Lcdo. Wilson Carangui L.

RECTOR ( E )

0300847704



**Anexo 2.** Certificado de apoyo al proyecto *El Camino de Solano* por parte de Lcdo. Wilson Carangui, Rector de la Unidad Educativa *San Sebastián* de la Parroquia de Solano.



Cuenca, 2 de enero de 2020


A quien corresponda:

El proyecto “El Camino de Solano” de los estudiantes de Octavo Ciclo de la Carrera de Cine y Audiovisuales de la Universidad de Cuenca, ha resultado como uno de los ganadores del proceso de selección de Proyectos de titulación a ser producidos como parte de los requisitos de graduación de la Carrera de Cine y Audiovisuales.

*El Camino de Solano* cuenta la historia de Juana, una mujer de 32 años, y sus hijos, Roberto, de 14 años, y Miranda, de 8, que tras ser desalojados de su casa por una compra fraudulenta del terreno, emprenden la búsqueda de un nuevo hogar, siguiendo los pistas del abuelo paterno de los niños, de quien solo saben que vive en Solano y se apellida López. Dicho proyecto será realizado en la parroquia de Solano.

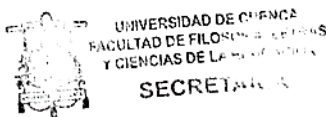
Por esta razón, la Dirección de la Carrera avala las gestiones direccionadas a la realización del mismo, así como alienta a instituciones y personas a colaborar con la producción de este trabajo. Que representa una posibilidad de expresión de la cultura de nuestra ciudad.

Muy atentamente

  
Master Medardo Idrovo

Director de la Carrera de Cine y Audiovisuales de la Universidad de Cuenca

CI: 0101821379



**Anexo 3.** Aval del Master Medardo Idrovo, Director de la Carrera de Cine y Audiovisuales de la Universidad de Cuenca, al cortometraje *El Camino de Solano*.



Cuenca 2 de enero de 2020

Lic. Wilson Carangui Lozano  
Rector de la Unidad Educativa San Sebastián

De mis consideraciones

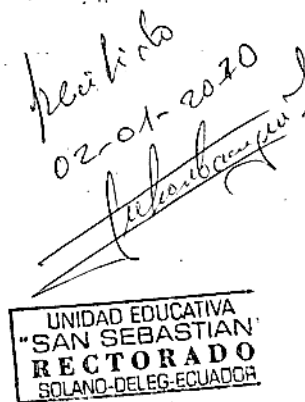
Yo, Michelle Araceli Gutiérrez Aguirre con CI: 1500932635, productora del cortometraje "El Camino de Solano" y estudiante de la Universidad de Cuenca, me dirijo a usted de la manera más comedida para solicitar se me permita realizar en la institución que usted dirige, la Unidad Educativa San Sebastián, el casting de actores para el mencionado cortometraje, el que será realizado entre los alumnos que se adapten a las características de los personajes (varón entre 14 y 17 años; y niñas entre 7 y 10 años). El mencionado casting se realizará el día 3 de enero del año en curso.

Para garantía suya adjuntamos el aval de la Universidad de Cuenca en donde se legitima el cortometraje "El Camino de Solano".

Por la amable acogida a esta solicitud extendiendo mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente

Michelle Gutiérrez  
Productora del cortometraje "El camino de Solano"



**Anexo 4.** Solicitud de la productora Michelle Gutiérrez para aprobación del *casting* para el cortometraje *El Camino de Solano*, en la Unidad Educativa *San Sebastián*.





Cuenca, 7 de noviembre de 201

Dra.  
Jaqueline Verdugo  
DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO DE CULTURA  
Su despacho.

De nuestras consideraciones;

Por medio de la presente, nosotros, estudiantes del octavo ciclo de la carrera de Cine y Audiovisuales, nos dirigimos a usted, muy respetuosamente, para solicitar a la instancia universitaria que usted percibe el apoyo financiero para nuestros proyectos de graduación, que consisten en la realización de cuatro cortometrajes, de una duración de entre cuatro y veinte minutos,

Para cubrir parte de los costos de las producciones solicitamos a usted la asignación de 500 dólares por proyecto, lo que representa un total de 2000 dólares. Adjuntamos a este oficio las sinopsis de cada proyecto.

Por la favorable acogida que sabrá dar a la presente le anticipamos nuestros agradecimientos, atte;

Michelle Gutiérrez  
Productora de "El camino de Solano"  
CI:1500932635

Damián Jiménez  
Productor de "La bala"  
CI:010479209

Eloy Salazar  
Productor de "El pequeño cuartel"  
CI: 1204507428

Antonella Potosi  
Productora de "Las más puras"  
CI: 1005123953

Gale Torres Pachisaca  
Docente de la carrera  
CI: 0101863595

RECIBIDO 07 NOV. 2019

*17 h 10*

**Anexo 5.** Solicitud dirigida a la Dra. Jaqueline Verdugo Directora del Departamento de Cultura de la Universidad de Cuenca, para la asignación de fondos a los Proyectos de Graduación de los estudiantes de octavo ciclo de la Carrera de Cine de la Universidad de Cuenca.



Cuenca, 21 de febrero del 2020.

Señor

Dr. Hugo Mejía Méndez


Presente


De mis consideraciones:

Yo, Michelle Araceli Gutiérrez Aguirre, Productora del cortometraje “EL CAMINO de SOLANO” por medio de la presente solicito el uso de las instalaciones de la Hacienda Mejía como hospedaje para el Crew y el talento, del ya mencionado cortometraje. Serían un total de veinticinco personas. A partir del 23 al 29 de marzo del 2020.

Por la acogida favorable que dé a esta solicitud extiendo de antemano mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,

*Aprobado*  
  
*21 de febrero 2020*



Michelle Araceli Gutiérrez Aguirre

CI: 1500932635

**Anexo 6.** Solicitud dirigida al Dr. Hugo Mejía propietario de la Quinta Mejía para el uso de su propiedad como hospedaje para *El Camino de Solano*.



## Guía de entrevista

**Pregunta 1.** Presentación. Breve biografía, roles ocupados en realizaciones audiovisuales y roles ocupados en el cortometraje *Summer Beats*

**Pregunta 2.** ¿Cuál fue el proceso de desarrollo del cortometraje *Summer Beats*? ¿Cuál fue el presupuesto del cortometraje? ¿Cuál fue el plan de financiación? ¿Cómo fue la negociación con posibles auspiciantes?

**Pregunta 3.** ¿Cómo fue el rodaje de *Summer Beats*? ¿Cuáles fueron los aciertos y los errores? ¿Cuál fue su mayor reto? ¿Hubo contratiempos?

**Pregunta 4.** ¿Resultó *Summer Beats* rentable?

**Pregunta 5.** ¿Considera que al cortometraje solamente como una escuela donde adquirir habilidades para la realización de largometrajes o cree que también puede ser un producto de comercialización?

**Pregunta 6.** ¿Cree que en Ecuador hay posibilidades de comercializar un cortometraje?

**Pregunta 7.** ¿Cuáles son las funciones de una productora? ¿Considera a la producción un trabajo creativo o meramente administrativo?

*Anexo 7.* Guía de la entrevista realizada a Johanna López Productora del cortometraje *Summer Beats*.



## Bibliografía

- Academy of motion picture arts and sciences (2018). *91st Academy Awards. Special Rules or the Short Film Awards* [Traducción propia]. Hollywood. Recuperado de: [https://www.oscars.org/sites/oscars/files/91aa\\_short\\_films.pdf](https://www.oscars.org/sites/oscars/files/91aa_short_films.pdf).
- Acosta, M., Correa, A., y González, A. (abril-junio 2002). Factores determinantes de la rentabilidad financiera de las PYMES. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 31(112), 395-429. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiiwKWT6brrAhUDvFkKHWmFCGkQFjAJegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F256418.pdf&usg=AOvVaw0es-t7XiCiGMSW2pJ8Toj1b>.
- Aguilar, W. (2004). *Propuesta para difusión cinematográfica ecuatoriana*. [Tesis de grado]. Universidad de Cuenca: Cuenca.
- Álvares, F., Granda, J., López, J., Moscoso, C., Vela, M., y Vélez, J. (2015). *Carpeta de producción de Summer Beats*. [Texto no publicado].
- Amondarain, J., Caraballo, E., y Zubiaur, G. (2013). Análisis de la Rentabilidad. *Análisis contable* (6), 1-19. Recuperado de: [https://ocw.ehu.eus/file.php/245/TEMA\\_6\\_ANALISIS\\_DE\\_LA\\_RENTABILIDAD.pdf](https://ocw.ehu.eus/file.php/245/TEMA_6_ANALISIS_DE_LA_RENTABILIDAD.pdf).
- Andrade, A. (noviembre de 2011). Análisis del ROA, ROE y ROI. *Contadores y Empresas*, (170), 59 – 61. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/608313/Art%20adculo%202%20Noviembre%202011%20An%20a1lisis%20del%20ROA%20ROE%20y%20ROI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.



- Barco, C. y Fernández, F. (2009). *Producción cinematográfica del proyecto al producto*. Ediciones Díaz de Santos: Madrid.
- Bernal, C. Gómez, P. Gutiérrez, M. Mejía, A. Novillo, C y Siavichay, F. (2020) *Carpeta de Producción de El Camino de Solano*. [Texto no publicado]. En posesión de la productora del cortometraje El Camino de Solano.
- Comercio y Justicia. (29 de diciembre de 2011). La animación argentina que llegó a Hollywood. Recuperado de: <https://comercioyjusticia.info/blog/opinion/la-animacion-argentina-que-llego-a-hollywood/>.
- Cossalter J. (2015). *El cortometraje documental en Latinoamérica. Relegado en la historia del cine, efectivo en el campo de juego*. Imagofagia: Buenos Aires
- Cossalter J. (2018). *El cortometraje latinoamericano moderno. Experimentación estética y vínculos con el campo cultural en Argentina, Cuba y México*. Ciudad Universitaria: México D. F. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-12762018000200009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-12762018000200009)
- Criollo, F. (13 de abril de 2015). La distribución de cine requiere fortalecerse. *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/fortalecimiento-distribucion-cine-independiente.html>.
- El Tiempo. (19 de junio de 2017). *Cine cuencano en la mira extranjera*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/cine-cuencano-en-la-mira-extranjera>.
- Fernández, F. y Martínez, J. (2010). *Manual del Productor Audiovisual*. UOC: Barcelona.



González, A. Correa, A. y Acosta, M. (abril 2002). Factores determinantes de la rentabilidad de las PYMES. *Revista española de Financiación y Contabilidad*. vol XXXI (n.112), pp, 395-329. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/256418.pdf>.

Gutiérrez, M. (25 de octubre de 2019). *Entrevista con Galo Torres*. [Transcripción].

Gutiérrez, M. (22 de abril de 2019). *Entrevista con Johana López*. [Soporte en audio].

King, J. (1999). *El Carrete Mágico, Una historia del cine latinoamericano*. Bogotá: Tercer Mundo S.A.

Konigsberg, I. (2004). *Diccionario técnico Akal de cine* (Vol. 3). Ediciones Akal: Madrid

Lillo, G. y Chacón, A. (2010). *El cine latinoamericano: del código realista al código postmoderno*. Universidad Nacional de Costa Rica: Montevideo. Recuperado de: <http://www.biblioteca.unlpam.edu.ar/pubpdf/anclajes/v02a04chacon.pdf>

Peláez, R. (Ed.). (2012). Producción Cinematográfica. En *Cuadernos de estudios cinematográficos* (V. 3). Universidad Autónoma de México: México D.F.

Perasso, Valeria. (2016). "Historia de un oso", el corto animado que logró el primer Oscar de la historia para Chile. *BBC*. Recuperado de: [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160226\\_oscar\\_2016\\_nominados\\_chile\\_historia\\_de\\_oso\\_gabriel\\_osorio\\_gch\\_](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160226_oscar_2016_nominados_chile_historia_de_oso_gabriel_osorio_gch_).

Promofest. (s.f.). *Click for festivals*. Recuperado el 20 de agosto de 2020 en <https://www.clickforfestivals.com>



Reyes, María. (2018). Historia de un oso no es un cuento de hadas. *Centro Nacional de Memoria Histórica de Chile*. Recuperado de: <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/de/noticias/noticias-cmh/historia-de-un-oso-no-es-un-cuento-de-hadas>

Río Negro. (9 de marzo de 2018). *Mirá el corto argentino "Luminaris": inspirado en un tango, es el más premiado del mundo*. Recuperado: <https://www.rionegro.com.ar/mira-el-corto-argentino-luminaris-inspirado-en-un-tango-es-el-mas-premiado-del-mundo-114580379/>

Rodríguez, W. (2009). *Producción de un videoclip para el grupo de rock la Doble*. [Tesis de grado]. Universidad de Cuenca: Cuenca.

Serrano, J. (2001). *El nacimiento de una noción: apuntes sobre el cine ecuatoriano*. Acuario: Quito.

Soto, J. (2015). *Manual de producción Audiovisual*. Ediciones UC: Montevideo

Vitoria, X. (17 de febrero de 2016). Hacer un corto rentable. *Festival de cortos Korterraza*. Recuperado de <http://korterraza.com/hacer-un-corto-rentable/>

Zona de animación. (13 de marzo de 2018). *"Luminaris", el cortometraje dirigido por el animador argentino Juan Pablo Zaramella se ha sido reconocido como el cortometraje más premiado por Guinness World Record*. Recuperado de: <http://www.zonadeanimacion.com.ar/2018/03/luminaris-de-juan-pablo-zaramella-es.html>

## Filmografía

Acosta, F. & Guerini, G. (Directores) (2016). *Carmesí*. [Cortometraje]. Argentina.

Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=BZ-GmcoZxzM&t>

Alvear, M. (Director) (2016). *Más allá del mall*. [Largometraje]. Ecuador

Crespi, C. (Director) (1927) *Los invencibles Shuar del Alto Amazonas*. [Cortometraje].

Ecuador: Cinemateca Nacional. Recuperado de:

<http://cinematecanacionalcce.com/Peliculas/Detalle/1045>

Granda, J. (Director). (2015) *Summer Beats*. [Cortometraje]. Ecuador

Osorio, G. (Director). (2005). *Historia de un oso*. [Cortometraje]. Chile. PunkRobot

Pesapane, A. (Director) (2012) *Fresh Guacamole*. [Cortometraje]. Estados Unidos.

Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=dNJdJIwCF\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=dNJdJIwCF_Y)

TEDx Talks. [Productora] (2012). *Haciendo animación independiente desde Latinoamérica:*

*Juan Pablo Zaramella at TEDxBuenosAires. 2012* [Video registro]. Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=oHO-ugt6V1Q&t=170s>

Zaramella, J. (Director). (2011). *Luminaris* [Cortometraje]. Argentina. JPZtudio. Recuperado

de: <https://www.youtube.com/watch?v=l7Z1VBQkdIM>